

## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah suatu prosedur yang pasti ditentukan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan tujuan penelitian adalah mengungkapkan, mendeskripsikan, dan menyimpulkan hasil berpikir kritis melalui strategi-strategi unik yang ditentukan oleh metode penelitian. Metode penelitian nantinya akan di arahkan ke tujuan penelitian.

Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2018:2) Tata cara riset pada dasarnya ialah tata cara logis buat memperoleh data yang substansial dengan tujuan serta khasiat tertentu. Dalam pembahasan ini penulis memakai metodologi kuantitatif. Tata cara riset yang digunakan merupakan tata cara deskriptif serta verifikatif dengan memakai Metode *non- probability sampling* dengan memakai tata cara penentuan ilustrasi *purposive sampling*.

Riset ini dicoba kepada mahasiswi manajemen angkatan 2018- 2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang sudah memakai serta melaksanakan pembelian produk Scarlett Whitening lewat Shopee. Analisis informasi yang digunakan dalam riset ini memakai analisis regresi linear berganda ialah buat mengenali pengaruh antar variabel *online customer review* ( X1) serta *rating* toko ( X2) terhadap minat pembelian (Y) secara parsial serta secara simultan.

#### 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 3.2.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Buana Perjuangan Karawang Jl. Ronggo Waluyo Sirnabaya, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Tim., Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361.

### 3.2.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian berlangsung selama 7 bulan, terhitung dari bulan Februari sampai Agustus 2022.

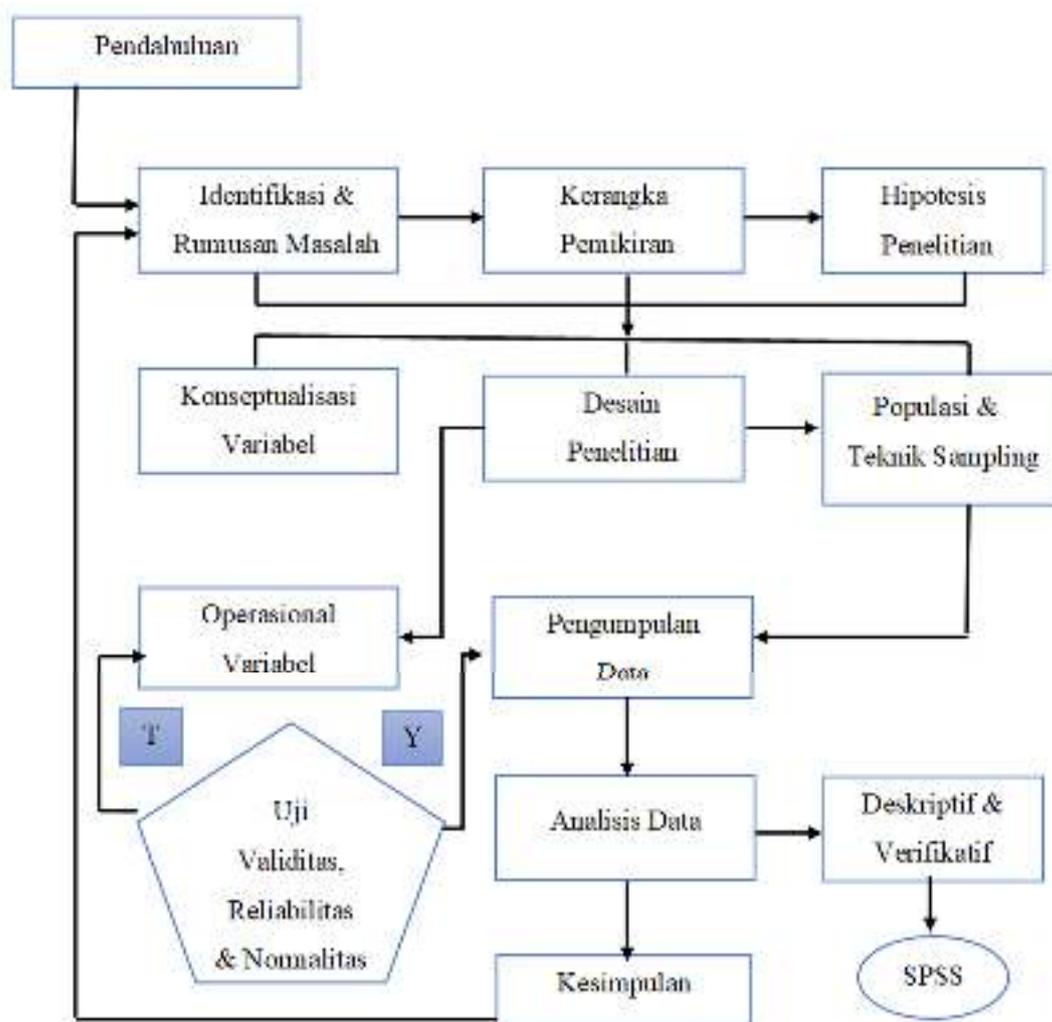
**Tabel 3. 1 Waktu Penelitian**

No	Urutan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																															
		Februari-22				Maret-22				April-22				Mei-22				Juni-22				Juli-22				Agustus-22							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Pencarian Data Empiris	■	■	■	■																												
1.	Demikian Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■																				
6.	Revisi dan Revisi													■	■	■	■																
4.	Revisi dan Revisi																	■	■	■	■												
6.	Revisi dan Revisi																					■	■	■	■								
6.	Revisi dan Revisi																									■	■	■	■				
13.	Revisi dan Revisi																													■	■	■	■
14.	Revisi dan Revisi																																
16.	Revisi dan Revisi																																

Sumber : Penelitian, 2022.

### 3.3. Desain Penelitian

Rangkaian penelitian ini membutuhkan informasi dan data yang lengkap dan tepat, sehingga ditemukan informasi dan data sesuai dengan permasalahan atau keanehan yang terjadi. Berikut desain penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut :



**Gambar 3. 1 Desain Penelitian**

Sumber : Uus MD Fadli, 2019

### 3.4. Definisi dan Operasional Variabel

#### 3.4.1 Definisi Variabel

Pengertian variabel penelitian yang dimaksud oleh Sugiyono (2015:38) ialah suatu atribut atau sifat atau nilai suatu komoditi atau tindakan dari beberapa varietas yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan penelitian dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas (X1 dan X2) dan satu variabel terikat (Y). Variabel X1 adalah review pelanggan *online* dan variabel X2 adalah *rating* toko, yang merupakan variabel yang mempengaruhi Y yaitu preferensi untuk membeli produk Scarlett Whitening. Berikut adalah definisi dari variabel-variabel yang termasuk dalam penelitian ini:

#### 3.4.2 Definisi Variabel Online Customer Review

Variabel X1 dalam riset ini ialah *online customer review*. Variabel *online customer review* merupakan pembahasan serta pengalaman yang ditulis oleh konsumen yang sudah membeli produk dari toko online baik berbentuk *review* pendapat ataupun *review* gambar produk.

#### 3.4.3 Definisi Variabel Rating Toko

Variabel X2 dalam riset ini merupakan *rating* toko. *Rating* ialah bentuk dari evaluasi konsumen dengan memakai symbol bintang selaku objek evaluasi. Skala evaluasi mulai dari yang terendah yang maksudnya sangat kurang baik (bintang satu) hingga dengan evaluasi yang paling tinggi yang maksudnya sangat baik (bintang lima).

#### 3.4.4 Definisi Variabel Minat Pembelian

Variabel Y dalam riset ini merupakan atensi pembelian. Definisi atensi Pembelian ialah sesuatu kemauan buat membeli sesuatu benda sebab terdapatnya pengaruh baik eksternal ataupun internal dimana terlebih dulu dicoba evaluasi terhadap benda yang hendak dibeli.

#### 3.4.5 Operasional Variabel

Bagian ini menjelaskan variabel operasional yang termasuk dalam penelitian ini yang dapat dioperasikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2 Operasional Variabel (Lanjutan)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisio ner
<i>Online customer review (X1),</i> (Putri & Wandebori, 2016)		<i>Review</i> pada aplikasi Shopee membuat kita lebih mudah dalam berbelanja online.	Ordinal	1
	<i>Perceived Usefulness</i> (manfaat yang dirasakan)	<i>Review</i> pada aplikasi Shopee membuat kita lebih mudah untuk mencari dan menemukan informasi tentang produk.	Ordinal	2
		<i>Review</i> pada aplikasi Shopee menginformasikan mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang diulas.	Ordinal	3
	<i>Source Credibility</i> (kredibilitas sumber)	Saya percaya kepada fitur <i>Online Customer Review</i> yang disediakan oleh Shopee.	Ordinal	4
Saya berniat membeli secara <i>online</i> melalui Shopee setelah saya melihat <i>review</i> positif yang diberikan oleh		Ordinal	5	

Tabel 3.2 Operasional Variabel (Lanjutan)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
		konsumen sebelumnya.		
		Saya percaya <i>review</i> yang diberikan konsumen pada aplikasi Shopee itu Jujur.	Ordinal	6
	<i>Argument Quality</i> (kualitas argumen)	Saya merasa <i>review</i> konsumen pada aplikasi Shopee sesuai dengan ,realita.	Ordinal	7
		Saya merasa <i>review</i> dari konsumen pada aplikasi Shopee tidak dibuat-buat.	Ordinal	8
		Saya merasa <i>review</i> dari konsumen pada aplikasi Shopee relevan.	Ordinal	9
	<i>Valance</i> (valansi)	<i>Review</i> pada Shopee memberikan gambaran lengkap kepada calon pembeli terkait produk secara keseluruhan.	Ordinal	10
		<i>Review</i> produk di aplikasi Shopee memberikan informasi yang benar.	Ordinal	11

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
		<i>Review</i> positif mempengaruhi pendapat calon konsumen terhadap produk tersebut.	Ordinal	12
		Mencari alternatif produk lain apabila terdapat <i>review</i> negatif pada suatu produk.	Ordinal	13
	<i>Volume of review</i> (jumlah ulasan)	Semakin banyak jumlah <i>review</i> positif maka akan semakin baik reputasi produk tersebut.	Ordinal	14
		Kepopuleran produk di aplikasi Shopee dilihat dari jumlah <i>review</i> konsumen.	Ordinal	15
	Kredibel	Saya percaya kepada fitur symbol bintang ( <i>rating</i> ) yang disediakan oleh aplikasi Shopee.	Ordinal	1

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
<b>Rating Toko (X2),</b> (Megawati, 2018)		Saya percaya simbol bintang ( <i>rating</i> ) yang diberikan konsumen di aplikasi Shopee adalah jujur dan apa adanya.	Ordinal	2
		Simbol bintang ( <i>rating</i> ) dari konsumen sesuai dengan realita yang ada.	Ordinal	3
		Saya merasakan manfaat dari kejujuran symbol bintang ( <i>rating</i> ) yang ada di aplikasi Shopee.	Ordinal	4
		Saya merasakan keuntungan dari symbol bintang ( <i>rating</i> ) yang jujur dari konsumen.	Ordinal	5
	Keahlian	Saya menganggap banyaknya symbol bintang ( <i>rating</i> ) memberi makna produk tersebut lebih professional.	Ordinal	6
		Saya menganggap dengan banyaknya symbol bintang ( <i>rating</i> ) maka aplikasi Shopee lebih professional.	Ordinal	7

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
		Banyaknya symbol bintang ( <i>rating</i> ) sangat berguna bagi saya ketika mencari sebuah produk di aplikasi Shopee.	Ordinal	8
		Simbol bintang ( <i>rating</i> ) dari konsumen di aplikasi Shopee sangat berguna bagi konsumen lain dalam memilih produk.	Ordinal	9
		Simbol bintang ( <i>rating</i> ) pada aplikasi Shopee memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk.	Ordinal	10
	Menyenangkan	Saya merasa senang dengan produk yang memiliki symbol bintang ( <i>rating</i> ) yang tinggi di aplikasi Shopee.	Ordinal	11
		Saya merasa senang mendapat informasi symbol bintang ( <i>rating</i> ) yang tinggi dari konsumen lain dalam	Ordinal	12

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
		memilih produk.		
		Saya merasa tertarik terhadap aplikasi Shopee dengan adanya symbol bintang ( <i>rating</i> ).	Ordinal	13
		Saya merasa tertarik dengan produk yang memiliki banyak symbol bintang ( <i>rating</i> ) di aplikasi Shopee.	Ordinal	14
		Saya berminat membeli produk yang memiliki symbol bintang ( <i>rating</i> ) tinggi di aplikasi Shopee.	Ordinal	15
	Minat Transaksional	Saya tertarik untuk membeli produk Scarlett Whitening karena tersedia banyak pilihan produk.	Ordinal	1
		Saya tertarik untuk memakai ulang produk Scarlett Whitening.	Ordinal	2
		Saya tertarik membeli produk Scarlett Whitening karena	Ordinal	3

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item	
Minat Pembelian (Y), (Hariani, 2013)		promo menarik yang ditawarkan.			
		Jika dapat, saya ingin melakukan pembelian online produk Scarlett Whitening sebanyak yang saya bisa.	Ordinal	4	
	Minat Referensial		Saya bersedia untuk mereferensikan produk Scarlett Whitening kepada orang lain.	Ordinal	5
			Saya ingin membeli produk Scarlett Whitening karena referensi dari teman.	Ordinal	6
			Jika teman menanyakan rekomendasi produk perawatan kulit saya mudah menyebutkan Scarlett Whitening sebagai solusinya.	Ordinal	7
	Minat Preferensial		Saya lebih tertarik membeli produk Scarlett Whitening dibandingkan produk lain.	Ordinal	8

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
		Saya memilih produk Scarlett Whitening dalam memenuhi kebutuhan perawatan kulit.	Ordinal	9
		Produk Scarlett Whitening lebih menarik perhatian saya.	Ordinal	10
		Saya akan tetap memilih produk Scarlett Whitening meskipun produk pilihan saya tidak tersedia.	Ordinal	11
	Minat Eksploratif	Saya mencari informasi mengenai produk Scarlett Whitening kepada orang yang sudah menggunakannya.	Ordinal	12
		Saya tertarik untuk membeli produk Scarlett Whitening setelah mendapat informasi dari teman atau kerabat.	Ordinal	13
		Saya mencari informasi tentang promo-promo yang ditawarkan oleh produk Scarlett Whitening.	Ordinal	14

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
		Saya menemukan manfaat dalam menggunakan produk Scarlett Whtening.	Ordinal	15

### 3.5. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder.

#### 3.5.1. Sumber Data

##### 1. Data Primer

Bagi Sugiyono (2019:194) informasi primer merupakan informasi yang bersumber langsung dari pengumpul informasi. Dalam riset ini yang jadi objek riset merupakan Mahasiswi Universitas Buana Perjuangan Karawang serta objek riset wajib mengisi kuisisioner yang sudah disediakan oleh periset dengan persoalan dekat *online customer review, rating toko* dan minat beli. Lewat kuisisioner hendak diperoleh hasil persepi terpaut *online customer review, rating toko* serta minat beli pelanggan.

##### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder ialah informasi yang tidak datang langsung dari pengumpul informasi, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Penelitian ini memanfaatkan informasi yang diperoleh dari jurnal, dokumen terkait isu, dan informasi dari dokumen lain yang diperoleh secara *online*.

#### 3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:224) pengumpulan data harus dimungkinkan dari tempat yang lebih baik, sumber yang berbeda dan dengan cara yang berbeda. Selain itu, jika dilihat dari teknik atau sistem pengumpulan data, maka pemilahan data harus dimungkinkan dengan memanfaatkan strategi koleksi perpustakaan, pencarian informasi *online* dan survey.

### 1. Teknik Studi Perpustakaan (*library study*)

Teknik ini di dapat dengan cara mengumpulkan data yang sesuai dengan penelitian dengan cara membaca, mengkaji. Serta memahami referensi seperti buku, artikel, media *internet* serta media lainnya yang berhubungan dalam penelitian ini.

### 2. Penelusuran Data Online/ *Internet Searching*

*Internet searching* ialah metode pengumpulan informasi lewat dorongan teknologi yang berbentuk perlengkapan ataupun mesin pencarian di internet dimana seluruh sumber data ada di dalamnya. *Internet searching* sangat memudahkan dalam pencarian file informasi dimana kecepatan, kelengkapan serta ketersediaan informasi dari bermacam tahun ada. Mencari informasi dari internet dapat dicoba dengan metode *searching*, *browsing*, maupun *downloading*.

### 3. Teknik Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) survei atau *review* adalah strategi pengumpulan data yang dilengkapi dengan pemberian pertanyaan atau klarifikasi yang dikumpulkan kepada responden untuk dijawab. Ada dua jenis pertanyaan dalam survei, khususnya terbuka dan tertutup. Sebuah pertanyaan terbuka adalah salah satu yang responden mengharapkan jawaban ketika ditanya tentang sesuatu. Sedangkan pertanyaan tertutup adalah keputusan yang memprediksi jawaban singkat atau memberikan responden untuk memilih alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang tersedia. Setiap pertanyaan survei yang mengharapkan jawaban berupa informasi faktual, urutan, besaran dan skala merupakan struktur pertanyaan tertutup (Sugiyono, 2017: 143). Survei atau polling yang digunakan dalam penelitian ini adalah polling tertutup, karena responden hanya perlu mencap satu jawaban yang dianggap benar. Survei atau jajak pendapat yang digunakan dalam penelitian ini adalah jajak pendapat tertutup karena responden hanya perlu membubuhkan stempel jawaban untuk dianggap benar.

### 3.6. Teknik Penentuan Data

#### 3.6.1 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Seperti yang dikatakan Sugiyono (2019:126) populasi ialah dugaan yang mencakup barang atau benda dalam jumlah tertentu yang belum diputuskan oleh para ilmuwan untuk difokuskan dan ditentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi angkatan 2018 - 2021 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang yang menggunakan produk Scarlett Whitening sebanyak 130 orang.

#### 3.6.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:127) dalam penelitian kuantitatif, sampel ialah sebagian kecil dari kuantitas dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Utilitas sampel sebagai ukuran atau dimensi merupakan langkah dalam menentukan ukuran sampel yang akan diambil dalam penelitian. Selain itu, sampel yang digunakan harus representatif. Artinya setiap populasi harus tercermin dalam sampel penelitian yang dipilih. Oleh karena itu, untuk menentukan jumlah sampel dari populasi digunakan persamaan Slovin. Menurut Nalendra et al., (2021) dalam bukunya yang berjudul “*Statistika Seri Dasar dengan SPSS*” menjelaskan bahwa persamaan Slovin merupakan rumus untuk menghitung jumlah sampel jika perilaku populasi tidak diketahui secara pasti.

Untuk mencari jumlah sampel dalam populasi digunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian dikarenakan kesalahan penarikan sampel yang masih diinginkan.

Penentuan sampel di lakukan pada taraf kepercayaan 95% atau nilai kritis sebesar 5%, sehingga ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

130

$$n = \frac{130}{1 + 130 (0.05)^2}$$

n = 98 responden, di bulatkan menjadi 100 responden.

Berdasarkan perhitungan sampel yang sudah ada maka di ambil sampel penelitian sebanyak 100 responden.

### 3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini termasuk dalam teknik *Non Probability* Sampling dengan teknik *Purposive* Sampling. Menurut Sugiyono (2019:133) ia menjelaskan bahwa teknik *purposive* sampling merupakan teknik mengidentifikasi pola sampel dengan perenungan tertentu.

Terdapat beberapa kriteria khusus yang perlu dipenuhi untuk bisa menjadi responden, di antaranya adalah :

1. Responden merupakan Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Responden mengetahui produk Scarlett Whitening.
3. Responden pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening melalui *e-commerce* Shopee.
4. Responden pernah menggunakan produk Scarlett Whitening.

### 3.6.4 Teknik Skala

Penelitian ini menggunakan teknik skala likert, karena skala likert dapat digunakan untuk mengukur kesimpulan, mentalitas dan pandangan responden dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2018:93) mengemukakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur perilaku, pendapat, dan pandangan seseorang atau sekumpulan orang tentang fenomena sosial.

Skala yang diguakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang memiliki 5 fokus yang disebarkan kepada responden. Pada skala likert yang akan dinilai akan berubah menjadi variabel yang menunjukkan, maka reaksi terhadap segala sesuatu akan bergeser dari pandangan positif ke negatif atau sebaliknya.

Berikut adalah tabel pada skala likert yang digunakan dalam penelitian :

**Tabel 3. 3 Skala Likert**

<b>Online Customer Review</b>	<b>Rating Toko</b>	<b>Minat Pembelian</b>	<b>Bobot Skor</b>
Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	5
Baik	Tinggi	Tinggi	4
Cukup Baik	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	3
Tidak Baik	Rendah	Rendah	2
Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Rendah	1

Sumber: Sugiyono (2018:153).

### 3.7. Pengujian Keabsahan Data

#### 3.7.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diramalkan oleh kuesioner tersebut.

Menurut (Sugiyono, 2018, hal. 121) menerangkan bahwa: “Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Untuk menguji keabsahan setiap item, yaitu dengan mencocokkan skor setiap item dengan skor total yaitu skor total setiap item. Jika koefisien korelasi sama dengan atau lebih besar dari 0,30, elemen tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya lebih kecil dari 0,30, elemen tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk memastikan validitas instrumen, gunakan rumus *Pearson Product Moment* berikut:

Sumber : Sugiyono (2018:183)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien Korelasi

$\sum x_i$  = Total skor untuk setiap item

$\sum y_i$  = Total skor untuk semua item

$n$  = Jumlah Responden

## b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner sebagai indeks variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau profesional jika tanggapan responden terhadap pertanyaan tersebut dapat diprediksi atau stabil dalam jangka waktu yang lama. Sugiyono (2018:122) menyatakan bahwa penelitian yang reliabel adalah: “...jika ada kesamaan data pada waktu yang berbeda”. Penelitian ini menggunakan strategi *Split Half* yang merupakan teknik mengkorelasikan atau menghubungkan skor total item pernyataan ganjil dengan

skor total item pernyataan genap kemudian pengujian lebih lanjut menggunakan rumus Spearman Brown, elemen-elemen tersebut dibelah dua dan dikelompokkan secara tidak beraturan. menjadi kelompok ganjil atau genap (Sugiyono, 2018:135).

Rumus Spearman Brown:

$$r = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Dimana :

$r$  = koefisien korelasi

$r_b$  = korelasi produk moment antara belahan pertama dan kedua batas realibilitas minimal 0,7

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk memeriksa apakah dalam suatu model regresi, variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya berdistribusi normal atau tidak, variabel pengganggu atau variabel sisa berdistribusi normal. Model regresi yang mungkin adalah memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Cara untuk membedakan apakah residual berdistribusi normal atau tidak bisa diuji dengan menggunakan statistik uji *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* test yang disertakan dalam program SPSS. Tata cara *Kolmogorov Smirnov* mempunyai kriteria bila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Tidak hanya itu, analisis grafik ialah salah satu cara termudah untuk melihat normalitas dengan menyamakan antara data yang diamati dengan distribusi yang mendekati distribusi normal grafik probabilitas. Grafik probabilitas standar adalah untuk membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

### 3.7.3 Transformasi Data

Transformasi data ialah salah satu metode yang di coba buat mengganti skala pengukuran dari data asli ke dalam bentuk yang berbeda, atau disebut periode waktu. Tipe data yang dikumpulkan dalam riset ini merupakan data ordinal. Mengkonversi data ordinal ke interval buat penuh ketentuan analisis parametrik di mana data tersebut pada dasarnya wajib berskala interval.

Langkah-langkah untuk mengubah data ordinal menjadi data interval bagi (Riduwan 2017:30) sebagai berikut:

1. Catat tiap poin jawaban responden dalam kuesioner yang dibagikan.
2. Tentukan berapa **banyak** orang yang menggapai skor 1, 2, 3, serta 5 buat tiap item.
3. Bagilah tiap angka dengan jumlah responden serta sebut hasilnya sebagai rasio.
4. Memastikan Nilai Ekuitas Kumulatif dengan menjumlahkan Nilai Ekuitas secara berurutan buat tiap kolom evaluasi.
5. Hitung z-score buat tiap fraksi kumulatif yang diperoleh memakai tabel terdistribusi normal.
6. Tentukan nilai kerapatan untuk setiap titik-z yang diperoleh.
7. Tentukan nilai skala menurut rumus berikut:

$$\text{Nilai Skala (NS)} = \frac{(\text{Density at lower limit} - \text{density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit} - \text{area below lower limit})}$$

8. Menentukan nilai konversi (Y) dengan rumus :

$$Y = NS + [ 1 + (NS_{\min}) ]$$

### 3.8. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

#### 3.8.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Bagi Sugiyono (2019:206) analisis deskriptif ialah statistik yang digunakan untuk menganalisis informasi dengan menggambarkan informasi yang sudah dikumpulkan sebagaimana terdapatnya untuk menarik kesimpulan yang berlaku universal ataupun untuk menggeneralisasi tanpa ikhtikad.

Hasil data primer dianalisis dari masing-masing item angket dengan 5 tanggapan, masing-masing dengan nilai yang berbeda, berdasarkan skala minimal 1 dan skala maksimal 5, dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang.

Berikut rentang skala menggunakan rumus :

$$\text{Rentang Skala (SK)} = \frac{n(m-1)}{m}$$

Ketrangan :

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap-tiap item

Berikut perhitungan rentang skala sebagai berikut :

$$RS = \frac{100(5-1)}{5} = \frac{100(4)}{5} = \frac{400}{5} = 80$$

Skala rendah = skor tertinggi x jumlah sampel = 1 x 100 = 100

Skala tinggi = skor tertinggi x jumlah sampel = 5 x 100 = 500

**Tabel 3. 2 Kriteria Dalam Rentang Skala**

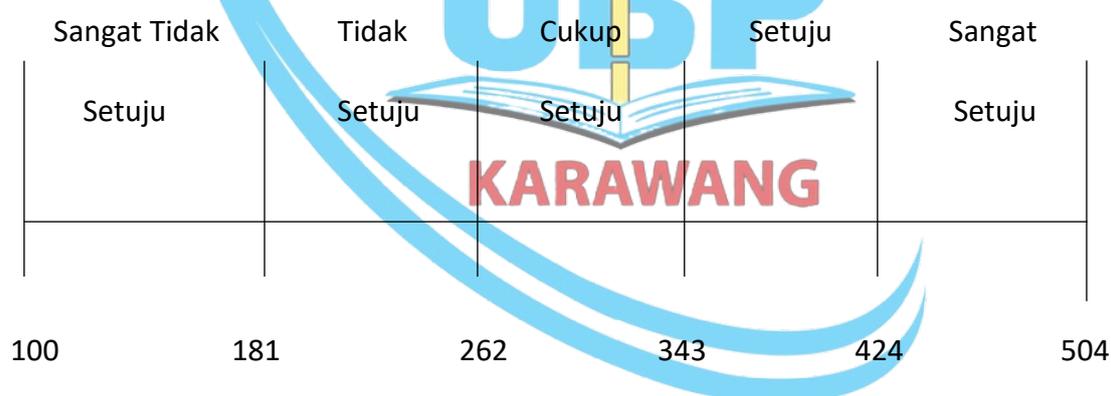
Skala Sekor	Rentang Skala	Online custome review	Rating toko	Minat Pembelian
1	100 – 180	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Rendah
2	181 – 261	Tidak Baik	Rendah	Rendah
3	262 – 342	Cukup Baik	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
4	343 – 423	Baik	Tinggi	Tinggi

5	424 – 504	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi
---	-----------	-------------	---------------	---------------

Sumber : Sumber : Sugiyono (2018:134)

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan bahwa, *online customer review* jika memiliki nilai 100 – 180 menandakan bahwa *online customer review* sangat tidak baik di kalangan mahasiswa UBP Karawang, sedangkan jika nilai menunjukkan 424 – 504 dapat dikatakan sangat baik. Jika variabel *rating* toko memiliki nilai skala 100 – 180 menandakan bahwa mahasiswa sangat tidak menyukai produk Scarlett Whitening, sedangkan jika *rating* toko mempunyai nilai 424 – 504 menandakan bahwa produk Scarlett Whitening memiliki banyak peminatnya. Jika variabel minat pembelian memiliki nilai skala 100 – 180 menandakan produk Scarlett Whitening di kalangan mahasiswa sangat tidak disukai, sedangkan jika menunjukkan nilai 424 – 504 bahwa produk Scarlett Whitening sangat diminat oleh mahasiswa UBP Karawang.

Perhitungan rata-rata dapat diidentifikasi dengan garis kontinu. Garis kontinu bisa dilihat pada Gambar 3.2 di bawah ini.



**Gambar 3. 2 Garis Kontinum**

Sumber: Sugiyono (2018: 95)

### 3.8.2 Rancangan Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan studi yang menguji suatu teori secara empiris dimana penelitian tersebut berusaha untuk menghasilkan informasi ilmiah baru, keadaan hipotesis yang muncul sebagai kesimpulan apakah hipotesis itu valid atau tidak, diterima atau tidak (Sugiyono, 2018:54).

### 3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda ialah model regresi linier dengan sebagian variabel independen ataupun prediktor. Analisis ini bertujuan buat mengenali arah ikatan antara variabel bebas serta variabel terikat. Tiap variabel bebas berhubungan positif ataupun negatif, memprediksi nilai variabel terikat dari nilai variabel bebas hadapi kenaikan ataupun penyusutan. Informasi yang digunakan umumnya skala interval ataupun skala rasio. Dalam riset ini, analisis regresi berganda dicoba buat mengenali pengaruh antara variabel  $X_1$  (*online customer review*) serta  $X_2$  (*rating toko*) serta  $Y$  (*minat beli*).

Persamaan regresi berganda buat riset ini memakai rumus selaku berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Sumber: Sugiyono (2018:188)

Keterangan:

- $Y$  = Variabel Terikat (minat beli)
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi
- $X_1$  = Variabel bebas (*online customer review*)
- $X_2$  = Variabel bebas (*rating toko*)
- $e$  = Standar error/ variabel pengganggu



### 3.8.4 Uji Parsial ( Uji T )

Uji parsial, ataupun uji-t, menunjukkan sejauh mana variabel independen secara individual menjelaskan perubahan variabel dependen. Langkah-langkah uji-t menurut (Ghozali, 2018: 179) yaitu:

- a) Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$ 
  - 1)  $H_0$  : hipotesis diuji jika parameternya nol.
  - 2)  $H_0$  :  $b_i = 0$
  - 3)  $H_a$  : hipotesis alternatif bila parameter tidak sama dengan 0 .  
 $H_a$  :  $b_i \neq 0$
- b) Menentukan signifikansi  $\alpha$  : 0,05%

c) Kesimpulan :

- 1) Nilai  $P < 0,05$  , artinya  $H_0$  ditolak atau variabel bebas memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel terikat.
- 2) Jika  $P \text{ value} > 0,05$  , artinya  $H_0$  diterima atau variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

### 3.8.5 Uji Simultan ( Uji F )

Bagi Ghozali (2018:179) uji simultan digunakan buat mengenali apakah variabel independen secara bersama- sama pengaruhi variabel dependen. Uji F statistik dalam riset ini memakai taraf signifikansi ataupun keyakinan 0, 05. Bila tingkatan signifikansi riset lebih kecil dari 0, 05, ataupun bila F hitung lebih besar dari F tabel, hingga seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen secara bertepatan. Sehingga bisa dipaparkan selaku berikut.

- a. Apabila nilai probabilitas signifikansi  $< 0, 05$ , serta  $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ , hingga seluruh variabel independen mempengaruhi terhadap variabel dependen.
- b. Apabila nilai probabilitas signifikansi  $> 0, 05$ , serta  $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$ , hingga seluruh variabel independen tidak mempengaruhi terhadap variabel dependen.

### 3.8.6 Uji Koefisien Determinan (KD)

Analisis determinasi ( $R^2$ ) berarti mengukur sejauh mana kapasitas model dalam menjelaskan variasi variabel terikat yg diukur. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai kecil dari  $r^2$  yang kecil berarti kekuatan variabel terikat sangat terbatas. Nilai mendekati 1 menyiratkan bahwa faktor bebas memberikan hampir semua data yang diharapkan untuk meramalkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2018:97). Penelitian ini menggunakan pemeriksaan pilihan untuk menentukan kapasitas faktor bebas dalam memahami keragaman variabel terikat.

Untuk menemukan nilai koefisien determinasi, digunakan rumus berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Derminasi

$r^2$  : Koefisien korelasi ganda

### 3.8.7 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan anggapan ataupun spekulasi tentang suatu yang kerap menarangkan suatu yang butuh diuji. Hipotesis statistik senantiasa dipasangkan dalam formulasi hipotesis antara nol ( $H_0$ ) serta alternative ( $H_a$ ), berkata kalau bila salah satu ditolak, yang lain wajib diterima supaya keputusan jadi tegas. Maksudnya,  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Hipotesis statistik diberikan dalam bentuk (Sugiyono, 2017:87). Pemakaian desain uji hipotesis buat memastikan korelasi antara 2 variabel yang diteliti. Sesi pengujian hipotesis ini terdiri dari memastikan hipotesis nol ( $H_0$ ) serta hipotesis alternatif ( $H_a$ ), memilah uji statistik, menghitung statistik, memastikan statistik, serta pada tingkatan yang cukup.

Rancangan pengujian hipotesis digunakan buat mengenali korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Tahap- tahap dalam pengujian hipotesis ini diawali dengan penetapan hipotesis nol ( $H_0$ ) serta hipotesis alternatif ( $H_a$ ), pemilihan uji statistik, perhitungan nilai statistik serta penetapan nilai statistik serta penetapan tingkatan signifikan. Berikut ialah ke 3 hipotesis dengan memiliki kriteria berbeda- beda mulai dari hipotesis yang dapat ditolak smapi hipotesis yang dapat diterima:

$X_1$  ke  $Y$  : Terdapat pengaruh parsial *Online Customer Review* ( $X_1$ ) terhadap Minat Pembelian ( $Y$ ).

$X_2$  ke  $Y$  : Terdapat pengaruh parsial *Rating Toko* ( $X_2$ ) terhadap Minat Pembelian ( $Y$ ).

$X_1, X_2$ , ke  $Y$  : Terdapat pengaruh secara simultan dari variabel *Online Customer Review* ( $X_1$ ) dan *Rating Toko* ( $X_2$ ) terhadap Minat Pembelian ( $Y$ ).

Dari hasil hipotesis yang sudah ada, maka dalam penelitian ini menggunakan taraf tingkat kesalahan sebesar 0,05% atau 5% dan menggunakan derajat kebebasan ( $Dk$ )  $n-2$  dari banyaknya sampel yang ada, maka dapat dibuat kriteria dari hipotesis sebagai berikut:

1.  $H_01$  ditolak jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yang artinya hipotesis alternative 1 ( $H_{a1}$ ) diterima.  
 $H_01$  diterima jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel yang artinya hipotesis alternative 1 ( $H_{a1}$ ) ditolak.
2.  $H_02$  ditolak jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yang artinya hipotesis alternative 2 ( $H_{a2}$ ) diterima.  
 $H_02$  diterima jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel yang artinya hipotesis alternative 2 ( $H_{a2}$ ) ditolak.
3.  $H_03$  ditolak jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel yang artinya hipotesis alternative 3 ( $H_{a3}$ ) diterima.  
 $H_03$  diterima jika  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel yang artinya hipotesis alternative 3 ( $H_{a3}$ ) ditolak.

