

## BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian survey dan deskriptif yang merupakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:15) metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian serta bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan. Penelitian ini menggunakan data deskriptif dan verifikatif, menurut Sugiyono (2017:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel bebas, baik hanya satu variabel ataupun lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Sedangkan, penelitian verifikatif digunakan dengan tujuan menguji teori sehingga menghasilkan informasi dalam bentuk hipotesis.

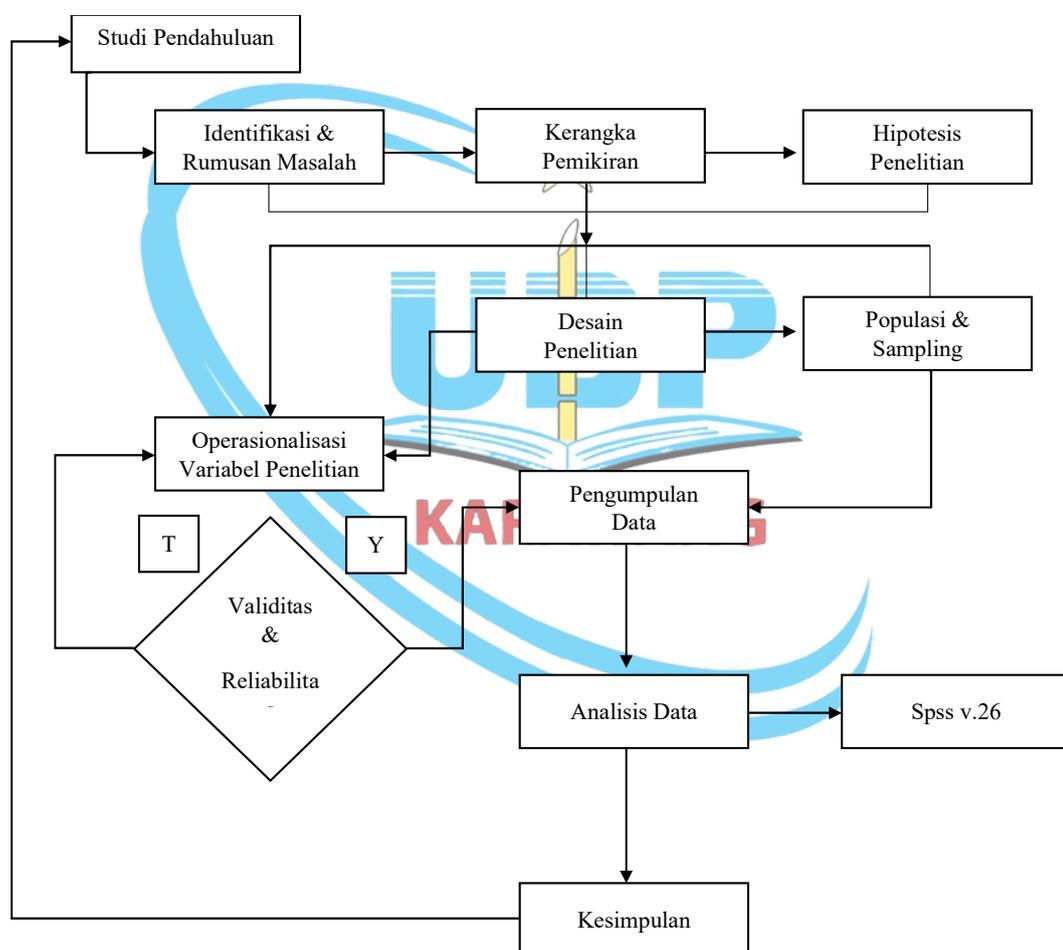
Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan para konsumen *marketplace* Shopee terhadap *online customer review*, tanggapan konsumen *marketplace* Shopee terhadap *e-service quality* serta keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee pada mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang. Metode verifikatif yang digunakan ini bertujuan untuk menguji pengaruh *online customer review* dan *e-service quality* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.

Penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian *explonatory survey* bertujuan untuk menjelaskan hubungan variabel antara variabel satu dengan variabel lainnya. *Explonatory survey* yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* dan *e-service quality* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee pada mahasiswa manajemen Angkatan 2018 UBP Karawang.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda menggunakan aplikasi spss 26. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti bermaksud untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel

dependen bila nilai dua atau lebih variable independent sebagai predictor dinaikkan atau diturunkan (dimanipulasi). Analisis regresi linear berganda akan dilakukan apabila jumlah variable independennya minimal dua (Sugiyono, 2018:153). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh antara variabel independen (*online customer review* dan *e-service quality*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Secara keseluruhan terdapat tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu :



**Gambar 3.1**  
**Desain Penelitian**  
 Sumber: Uus MD Fadli (2022)

Berdasarkan Gambar 3.1 tahapan pertama adalah melakukan studi pendahuluan terhadap objek penelitian yaitu konsumen marketplace Shopee di Kabupaten Karawang. Selanjutnya, identifikasi masalah yang menjadi dasar dalam merumuskan kerangka penelitian dan menentukan hipotesis penelitian. Tahap selanjutnya yaitu membuat desain penelitian hal ini dilakukan untuk proses perencanaan dan pelaksanaan penelitian, setelah itu peneliti menggunakan beberapa literatur dan studi pustaka yang dibutuhkan untuk mengoperasionalkan variabel-variabel yang akan diteliti untuk mengetahui dimensi dari setiap variabel.

Tahap selanjutnya yaitu menentukan populasi dan menghitung jumlah sampel yang akan dijadikan responden pada penelitian ini. Peneliti memperoleh data penelitian menggunakan instrument penelitian dengan menyebarkan kuesioner/angket yang berisi item-item pertanyaan yang dapat dijawab oleh responden. Sebelum menyebarkan kuesioner/angket kepada responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reabilitas kuesioner/angket. Setelah itu, dilakukan penyebaran kuesioner/angket pada responden, kemudian data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan bantuan program IBM SPSS 26.0 for windows.

Pada tahapan terakhir, peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil analisis data tersebut dan dapat menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

## **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi dan waktu penelitian adalah serangkaian gambaran umum yang menjelaskan lokasi teknik pengumpulan data dalam sebuah riset.

### **3.2.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian kali ini yaitu kampus Universitas Buana Perjuangan Karawang di jalan HS. Ronggo Waluyo, Telukjambe Timur, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang. Mahasiswa manajemen Angkatan 2018 UBP Karawang yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali di *marketplace* Shopee yang akan menjadi subjek penelitiannya dan objek penelitiannya yaitu variabel variabel yang menjadi pokok dalam penelitian. Objek penelitiannya yaitu *online customer review*,

*e-service quality* dan keputusan pembelian pada pengguna *marketplace* Shopee.

### 3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitiannya dimulai dari bulan Maret hingga bulan Juli.

**Tabel 3.1**  
**Jadwal atau Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Jadwal Penelitian				
		April	Mei	Juni	Juli	Agust
1.	Pengajuan Judul	■				
2.	Penulisan Proposal		■			
3.	Bimbingan Proposal			■		
4.	Seminar Proposal	★		■		
5.	Pengambilan dan Analisis Data				■	
6.	Bimbingan Skripsi					■
7.	Sidang Skripsi					■

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

#### 3.3.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2019:55) variabel penelitian pada dasarnya meruokan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan pada penelitian ini ada tiga variabel, yaitu variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dan variabel terikat ( $Y$ ). Secara lebih rinci definisi operasional variabel, antara lain:

a. Variabel Independen atau variabel bebas ( $X$ )

Variabel independent didefinisikan sebagai variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2019:57). Dalam penelitian ini *online customer review* ( $X_1$ ) dan *e-service quality* ( $X_2$ ) merupakan variabel independen.

b. Variabel dependen atau variabel terikat (Y)

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independent atau bebas (Sugiyono, 2019:57). Pada penelitian ini keputusan pembelian (Y) merupakan variabel dependen atau terikat yang dipengaruhi oleh variabel independent atau bebas yaitu *online customer review* (X1) dan *e-service quality* (X2).

Definisi operasional dapat diambil sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala Ukur
Online Customer Review (X1) Menurut (Flanagin & Metzger, 2007) dalam (Saragih, 2019)	Kredibilitas Sumber	<i>Trustworthy</i> (Dapat Dipercaya)	1,2,3	Likert
		<i>Honest</i> (Jujur)	4,5,6	
	Keahlian	Profesional	7,8	
		<i>Useful</i> (Berguna)	9,10	
	Menyenangkan	<i>Likeable</i> (Menyenangkan)	11	
		<i>Interesting</i> (Menarik)	12,13	
		<i>Likely To Buy From This Web</i> (Kemungkinan Untuk Membeli Dari Situs Web Tersebut)	14,15	

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel (Lanjutan)**

<i>Variabel</i>	<i>Dimensi</i>	<i>Indikator</i>	<i>Item</i>	<i>Skala</i>
<i>E-Service Quality (X2)</i> Menurut Ladhari dalam (Salmah et al., 2021)	<i>Reability</i> (Keandalan)	Ketepatan	1	Likert
		Akurat	2	
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Kecepatan	3	
		Kesediaan	4,5	
	<i>Privacy/Security</i> (Privasi/Keamanan)	Melindungi Informasi	6	
		Keuangan	7	
	<i>Information Quality/Benefit</i> (Kualitas Informasi/Manfaat)	Kesesuaian Informasi Dengan Kebutuhan	8	
		Kesesuaian Informasi Dengan Tujuan	9	
	<i>Ease Of Use</i> (Kemudahan Pengguna)	Mudah Dipelajari	10	
		Mudah Digunakan	11	
		Mudah Diakses	12	
	<i>Web Design</i> (Desain Situs)	Fitur Estetika	13	
		Konten	14	
		Struktur Katalog <i>Online</i>	15	

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel (Lanjutan)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
Keputusan Pembelian (Y) Menurut (Kotler & Keller, 2016)	Pilihan Produk	Pilihan Jenis Produk	1,2	Likert
		Kualitas Produk	3,4	
	Pilihan Merek	Kepercayaan	5	
		Popularitas Merek	6	
	Pilihan Penyalur	Kemudahan Memperoleh Produk	7	
		Ketersediaan Produk	8	
	Jumlah Pembelian	Frekuensi Pembelian	9,10	
		Kuantitas Pembelian	11	
	Waktu Pembelian	Promosi	12	
		Sesuai Keinginan atau Kebutuhan	13	
	Metode Pembelian	Cash atau Cash On Delivery (COD)	14	
		Digital	15	

Sumber: Diolah Penulis, 2022

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:130). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *marketplace* Shopee di kalangan mahasiswa manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang pernah melakukan kegiatan pembelian produk fashion secara *online* di *marketplace* Shopee Indonesia dan melakukan pembelian produk fashion minimal 2 kali.

**Tabel 3.3**  
**Data Jumlah Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang**

No.	Jurusan	Angkatan 2018
1	Manajemen	328
<b>Jumlah</b>		<b>328</b>

Sumber: (TU FEB, 2022)

Jumlah keseluruhan mahasiswa manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang yaitu 328 mahasiswa, untuk mengetahui secara pasti jumlah populasi dalam penelitian ini maka dilakukan pra-survey pada mahasiswa manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang.

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pra-Survey Penelitian**

No.	Prodi	Angkatan	Jumlah
1.	Manajemen	2018	61
<b>Jumlah</b>			<b>61</b>

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Dari keseluruhan mahasiswa manajemen Angkatan 2018, sebanyak 98 mahasiswa yang telah mengisi pra-survei dan dari data tersebut terdapat 61 mahasiswa menjawab bahwa produk fashion merupakan produk yang paling sering dibeli. Penulis mendapatkan data bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 61 Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 UBP Karawang yang melakukan keputusan pembelian produk *fashion* di marketplace Shopee.

### 3.4.2 Sampel Penelitian dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019:131). Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini yaitu *non-probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang dimana setiap anggota dari populasi tersebut tidak mempunyai kesempatan atau peluang yang sama. Pada penelitian ini terdapat beberapa kriteria khusus yang harus dimiliki oleh responden untuk dapat digunakan dalam penelitian, maka metode

penentuan jumlah sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Adapun beberapa kriteria khusus yang telah ditentukan, sebagai berikut:

1. Sampel merupakan Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Sampel pernah melakukan pembelian secara *online* melalui *marketplace*.
3. Sampel merupakan pengguna Shopee
4. Sampel pernah melakukan pembelian produk fashion di *marketplace* Shopee minimal sebanyak 2 kali.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, penulis mengambil 100% jumlah populasi Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang memenuhi kriteria khusus tersebut yaitu sebanyak 61 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus. *Sampling* jenuh menurut (Sugiyono, 2017), yaitu teknik menentukan sampel apabila seluruh anggota populasi akan dijadikan sampel dalam penelitian atau dapat disebut juga dengan sensus dalam lingkup kecil.

### **3.5 Pengumpulan Data Penelitian**

#### **3.5.1 Sumber Data Penelitian**

Jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, sebagai berikut :

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:137). Data primer ini berkaitan dengan objek peneliti, sumber data primer dari penelitian ini diperoleh melalui angket yang disebarakan kepada responden yang

bersangkutan, kuesioner melalui Google form, wawancara, observasi atau dokumentasi.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:137). Sumber data sekunder dari penelitian ini melalui literatur, buku-buku dan juga jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Dalam penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018:142). Media yang digunakan untuk menyebarkan kuesioner kepada para responden berupa Google form. Kuesioner penelitian ini ditunjukkan kepada mahasiswa manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang.

### 3.5.3 Instrumen Penelitian

Meneliti pada dasarnya yaitu melakukan pengukuran menggunakan alat ukur yang baik, alat ukur dalam penelitian ini dinamakan instrument penelitian. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati (Sugiyono, 2019:166). Instrument penelitian digunakan dengan tujuan menghasilkan data yang akurat, maka setiap instrument harus memiliki skala. Teknik skala yang digunakan pada penelitian ini merupakan teknik skala likert yang dirancang untuk mengukur tingkat kesetujuan responden terhadap suatu pernyataan.

Menurut Sugiyono (2019:152) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena social. Dengan skala ini setiap variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi beberapa indikator, selanjutnya indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument berupa pernyataan. Jawaban setiap item pernyataan yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari mulai sangat positif sampai dengan sangat negative, pemberian skor yang digunakan pada skala likert dengan nilai terendah 1-5.

### 3.6 Pengujian Keabsahan Data

Untuk menentukan batas-batas kebenaran dan ketepatan alat ukur (kuesioner) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

#### 3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah setiap item atau instrument mampu mengungkapkan faktor yang akan diukur. Kriteria pengujian validitas yaitu taraf signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah 5% dengan ketentuan:

1. Jika nilai rhitung  $>$  rtabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
2. Jika nilai rhitung  $<$  rtabel maka pernyataan tersebut tidak valid

#### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Tujuan pengujian reliabilitas adalah melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Adapun kriteria pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas  $>$  0,6 maka instrument yang diuji memiliki reliabilitas yang baik/reliable.

2. Jika nilai koefisien reabilitas  $< 0,6$  maka instrument yang diuji tersebut tidak reliable

### 3.7 Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data penelitian ini berupa data kuantitatif, sehingga teknik analisis data menggunakan metode statistik dan dalam melakukan perhitungan data menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26. Menurut Sugiyono (2019:206) kegiatan dalam analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menyediakan data untuk setiap variabel penelitian hingga melakukan perhitungan untuk menguji hipotesa.

#### 3.7.1 Rancangan Analisis

##### 1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:206) analisis deskriptif merupakan statistic yang dipakai untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau juga menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat simpulan yang berlaku untuk umum atau generasi. Analisis ini bertujuan untuk merangkum sekumpulan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan memberikan informasi. Rentang skala digunakan pada penelitian ini untuk melakukan analisis deskriptif.

Dalam menentukan rentang skala, pada penelitian ini menggunakan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Diketahui:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Skor Penilaian

Skala Terendah:  $n \times 1 = 61 \times 1 = 61$

Skala Tertinggi:  $n \times 5 = 61 \times 5 = 305$

$$RS = \frac{61(5 - 1)}{5}$$

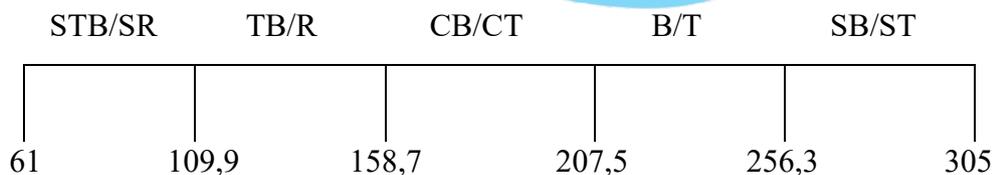
$$RS = 48,8$$

**Tabel 3.5**  
**Skala Pengukuran**

Skala Skor	Rentang Skala	Deskripsi Skor		
		<i>Online Customer Review</i>	<i>E-Service Quality</i>	Keputusan Pembelian
1	61 – 109,8	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah
2	109,9 – 158,6	Tidak Baik	Tidak Baik	Rendah
3	158,7 – 207,4	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Tinggi
4	207,5 – 256,2	Baik	Baik	Tinggi
5	256,3 – 305	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2019:153)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 3.5, maka dapat dinilai rentang skala yang akan dipakai untuk memprediksi pengaruh *online customer review* dan *e-service quality* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di *marketplace* Shoppe (studi pada mahasiswa manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang). Rentang skala diatas dapat digambarkan melalui Bar Skala atau disebut *Bar Scale*.



**Gambar 3.2**  
**Bar Scale**

### 3.7.2 Transpormasi Data

Data yang telah terkumpul dari kuesioner yang telah disebarkan, peneliti akan mengubah skala ordinal menjadi skala interval. Dalam mengubah analisis tersebut dapat digunakan transformasi data berupa

transformasi MSI. Menurut Ningsih & Dukalang (2019:45) transformasi MSI adalah sebuah metode transformasi data ordinal menjadi data interval dengan mengubah proporsi kumulatif setiap perubahan pada kategori menjadi nilai kurva normal bakunya.

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan yang terlebih dahulu harus dipenuhi sebelum menggunakan suatu analisis yang digunakan untuk menguji dari hipotesa yang diajukan.

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk membuktikan apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati normal. Untuk mengujinormalitas data dapat menggunakan *Test Of Normality Smirnov* dengan aplikasi SPSS. Dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*asymptotic significance*) yaitu sebagai berikut:

1. Apabila probabilitas  $> 0.05$  maka nilai distribusi normal
2. Apabila probabilitas  $< 0.05$  maka nilai distribusi tidak normal

### 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019) analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki dua variabel independent atau lebih dan satu variabel dependen. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti bermaksud untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai dua atau lebih variabel independent sebagai predictor dinaikkan atau diturunkan (dimanipulasi). Analisis regresi linear berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2018:153). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh antara variabel independen (online customer review dan e-service quality) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Adapun persamaan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Ket: Y	= Keputusan Pembelian
a	= Bilangan Konstanta
$b_1 - b_3$	= Koefisien Regresi Variabel X1-X3
X1	= <i>Online Customer Review</i>
X2	= <i>E-Service Quality</i>
e	= Standar error

### 3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini analisis linear berganda berdasarkan Uji Secara Simultan (Uji F), Uji Secara Parsial (Uji t), Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>), maka analisis regresi linear berganda ini menggunakan SPSS.

#### 3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh *online customers review* dan *e-service quality* terhadap keputusan pembelian secara individual (personal). Untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen digunakan statistic uji t (Sugiyono, 2019).

Untuk pengujian parsial digunakan perbandingan t hitung dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0.05. Adapun kriteria yang digunakan sebagai berikut:

2. Jika nilai t hitung > t tabel atau sign. < 0.05 maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
3. Jika nilai t hitung < t tabel atau sign. > 0.05 maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Pengujian secara parsial ini memiliki hipotesa yang dapat dilihat, sebagai berikut:

a) Hipotesa *Online Customer Review*

$H_0$  : *Online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$H_1$  : *Online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b) Hipotesa *E-Service Quality*

$H_0$  : *E-service quality* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$H_1$  : *E-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### 3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas yaitu *online customers review* dan *e-service quality* secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Untuk menentukan uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel, kriteria pengujianya sebagai berikut:

3. Jika nilai F hitung  $>$  F tabel atau sign.  $<$  0.05 maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
4. Jika nilai F hitung  $<$  F tabel atau sign.  $>$  0.05 maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

Pengujian secara simultan ini memiliki hipotesa sebagai berikut:

$H_0$  : *Online customer review dan e-service quality* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$H_1$  : *Online customer review dan e-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian

### 3.10.3 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (2018:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Semakin besar koefisien determinasi maka akan semakin baik variabel bebas menjelaskan variabel terikat.

