

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

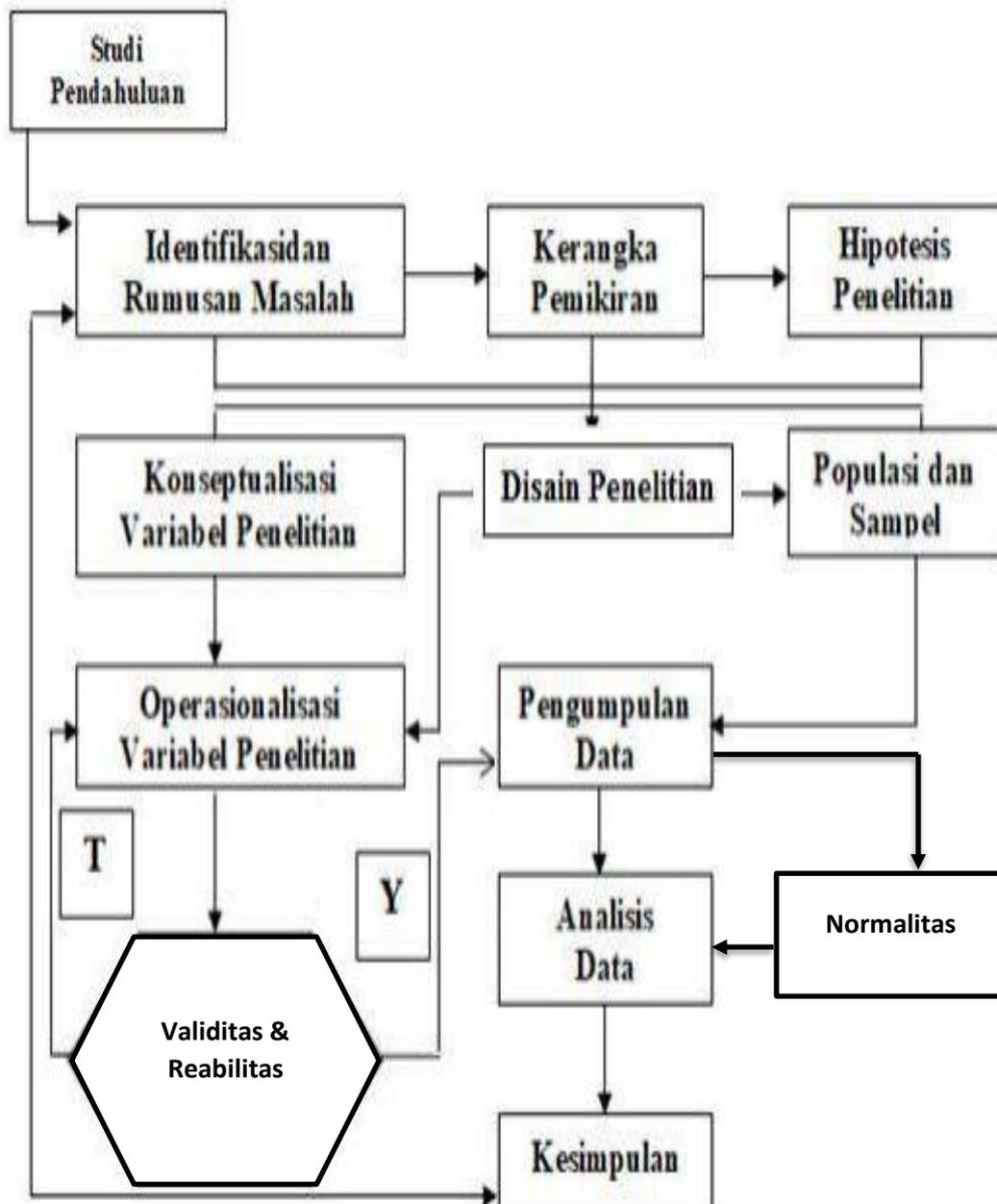
Metode penelitian menurut (Sugiono, 2013:2) pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode merupakan cara kerja pikiran dalam memahami suatu obyek, didalamnya terkandung teknis bagaimana mengisi atau melakukan aktifitas sehingga diperoleh hasil sesuai dengan yang diharapkan, (Fadli, 2019:37).

Menurut (Sugiono, 2013:7) Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Dari penjelasan para ahli diatas metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verivikatif dengan pendekatan kuantitatif, dimana penelitian deskriptif ialah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang variabel yang akan di teliti. Sedangkan verivikatif untuk menguji hipotesis dengan perhitungan statistik. Dalam buku panduan skripsi Universitas Buana Perjuangan Karawang, 2020 menggambarkan uraian alur desain penelitian sebagai berikut :



Gambar 3.1 Desain Penelitian

Sumber : Panduan skripsi Universitas Buana Perjuangan Karawang, 2020

Berdasarkan gambar 3.1 diatas menguraikan desain penelitian dalam proses yang akan di gunakan untuk membuat suatu penelitian. Studi pendahuluan sebagai langkah pertama adalah konsumen pada *marketplace* shopee di kabupaten Karawang. Dengan melakukan observasi kepada konsumen mengenai pendapat mereka tentang *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada marketplace Shopee di kabupaten Karawang guna memperoleh

data sebagai latar belakang dalam penelitian. Langkah selanjutnya yaitu identifikasi dan rumusan masalah sebagai dasar penyusunan kerangka pemikiran dengan menentukan hipotesis dalam penelitian. Desain penelitian dibutuhkan untuk menjadi kerangka pikir dalam melakukan penelitian. Konseptualisasi variabel penelitian dengan pertimbangan referensi penelitian terdahulu sesuai studi pustaka, sehingga dapat mengartikan setiap operasional variabel penelitian. Pengambilan populasi dan sampel untuk dijadikan responden penelitian. Melakukan uji validitas dan reabilitas data responden (kuisisioner) terlebih dahulu sebelum mengumpulkan data untuk dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam uji validitas dan reabilitas menentukan apakah data memenuhi syarat atau tidaknya untuk melanjutkan penelitian. Apabila hasil uji menunjukkan valid dan reliabel, maka penelitian dapat di lanjutkan. Apabila hasil uji menunjukkan tidak valid dan reliabel, maka perlu pertimbangan untuk melanjutkan penelitian atau tidak dengan meninjau ulang variabel operasional penelitian. Terakhir, mengambil kesimpulan dan menginterpretasikan dari hasil analisis data penelitian.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian dalam penelitian ini akan di lakukan sebagai berikut :

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di PT Musashi Auto Parts Indonesia dengan membagikan *link google form* yang berisikan kuisisioner dan akan dikirimkan kepada karyawan PT Musashi Auto Parts Indonesia *plant* Karawang bagian departemen camshaft 4 R melalui aplikasi Whatsapp.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan pada bulan Desember 2022 sampai Mei 2023, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian 2022/2023					
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1	Pengajuan judul proposal	■					
2	Penulisan proposal skripsi	■					
3	Bimbingan proposal skripsi		■				
4	Acc Proposal skripsi			■			
5	Seminar proposal skripsi				■		
6	Pengambilan data				■		
7	Pengolahan data				■	■	
8	Bimbingan skripsi					■	
9	Acc skripsi						■
10	Sidang skripsi						■

Sumber : Hasil Olah Penulis (2023)

3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiono (2013:38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut :

3.3.1 Variabel *Independent*

Menurut Sugiono (2015:96) Variabel bebas atau independen yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan dari adanya suatu variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini adapun variabel independennya adalah sebagai berikut:

1. *Online Customer Review (X1)*

Online customer review adalah salah satu bentuk *word of mouth communication* pada penjualan online, dimana calon pembeli mendapatkan informasi tentang produk dari konsumen yang telah mendapatkan manfaat dari produk tersebut, (Ningsih, 2019:26). Adapun Indikator *Online Customer Review* menurut Dzulqarnain (2019) dalam Latifa P. dan Harimukti W. (2016) adalah sebagai berikut :

- a. *Perceived Usefulness* (Manfaat yang dirasakan)
- b. *Source credibility* (kredibilitas sumber)
- c. *Argument quality* (kualitas argumen)
- d. *Valance* (valensi)
- e. *Volume of review* (jumlah ulasan)

Cara mengukur *online customer review* di *marketplace* Shopee dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai (terendah = 1) dan (tertinggi = 5) yang di uraikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Cukup Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber : Diolah Penulis (2022)

2. *Online Customer Rating (X2)*

Menurut Lestari (2020) *Rating* dapat diartikan sebagai penilaian dari pengguna pada preferensi suatu produk terhadap pengalaman mereka

mengacu pada keadaan psikologis dan emosional yang mereka jalani saat berinteraksi dengan produk virtual dalam lingkungan dimedias. *Online customer rating* menjadi salah satu cara calon pembeli untuk mendapatkan informasi tentang penjual, maka adanya *rating* dalam jual beli *online* menjadi suatu hal yang logis apabila konsumen menganggap bahwa *rating* menjadi tolak ukur kualitas sebuah produk, (Lestari, 2020:33).

Adapun indikator *online customer review* menurut Saskiana (2021) adalah sebagai berikut :

- a. *Perceived Usefulness*
- b. *Perceived Enjoyment*
- c. *Perceived Control*

Cara mengukur *online customer rating* di *marketplace* Shopee dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai (terendah = 1) dan (tertinggi = 5) yang di uraikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber : Diolah Penulis (2022)

3.3.2 Variabel Dependent

Menurut (Sugiyono, 2015:97) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini adapun variabel dependennya adalah sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah salah satu bentuk perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk. Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk akan melalui proses dimana proses tersebut merupakan gambaran dari bagaimana konsumen menganalisis berbagai macam masukan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian, (Dzulqarnain, 2019). Adapun indikator keputusan pembelian menurut Firmansyah (2018:27) adalah sebagai berikut.

- a) Pengenalan Masalah (*Problem Recoqnition*)
- b) Pencarian Informasi (*Information Search*)
- c) Evaluasi Alternatif (*Alternative Evaluation*)
- d) Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)
- e) Perilaku Pasca Pembelian (*Post-Purchase Behaviour*)

Cara mengukur keputusan pembelian di *marketplace* Shopee dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai (terendah = 1) dan (tertinggi = 5) yang di uraikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.4 Instrumen Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber : Diolah Penulis (2022)

Berdasarkan pada pendekatan penelitian yang digunakan, variabel penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

Tabel 3.5 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Item Pertanyaan	Skala	Sumber
Online Customer Review (X1)	<i>Perceived Usefulness</i> (Manfaat yang dirasakan)	1,2,3	Ordinal	Dzulqarnain (2019) dalam Latifa P. dan Harimukti W. (2016)
	<i>Source credibility</i> (kredibilitas sumber)	4,5,6		
	<i>Argument quality</i> (kualitas argumen)	7,8,9		
	<i>Valance</i> (valensi)	10,11		
	<i>Volume of review</i> (jumlah ulasan)	12,13,14 15		
Online Customer Rating (X2)	<i>Creadibility</i>	1,2,3,4,5	Ordinal	Flanagin dan Metzger dalam Lee, et al., (2011), Lestari, (2020:34)
	<i>Skill</i>	6,7,8,9,10		
	<i>Likeable</i>	11,12,13,14,15		
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah (<i>Problem Recoqnition</i>)	1,2,3	Ordinal	Firmansyah (2018:27)
	Pencarian Informasi (<i>Information Search</i>)	4,5,6		
	Evaluasi Alternatif (<i>Alternative Evaluation</i>)	7,8,9		
	Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	10,11,12		

Variabel Penelitian	Indikator	Item Pertanyaan	Skala	Sumber
	Perilaku Pasca Pembelian (<i>Post-Purchase Behaviour</i>)	13,14,15		

Sumber : Hasil olah data penulis (2022)

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Dalam penelitian ini jumlah populasi, sampel dan teknik sampling yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2013:80). Populasi dalam penelitian ini yaitu karyawan PT Musashi Auto Parts Indonesia Plant Karawang departemen Camshaft 4R yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan *smartphone* xiaomi sebanyak 134 orang. Data populasi diperoleh dari hasil pra survei menggunakan *google form* yang disebarakan melalui group Whatsapp.

3.4.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiono, 2013:81).

Sampel penelitian ini diambil dari populasi yaitu karyawan PT Musashi Auto Parts Indonesia Plant Karawang departemen Camshaft 4R yang pernah melakukan pembelian produk *smartphone* xiaomi melalui *marketplace* Shopee guna memperoleh data yang akan di jadikan bahan penelitian.

Dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5% atau 0,05 dan tingkat kepercayaan 95%. Dari data pra survei yang dilakukan dengan google form, diketahui jumlah responden yang ada adalah berjenis kelamin laki – laki.

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

Dimana :

N = banyak sampel pada populasi

n = banyak sampel minimum

e = batas toleransi kesalahan (error)

Berikut ini adalah perhitungan pengambilan sampel data menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahan data 5%, atau 0,05 yaitu :

$$\begin{aligned} n &= 134 / (1 + 134 \times (0,05^2)) \\ &= 134 / 1,5 \\ &= 100,374 \approx 100 \text{ responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin, maka di peroleh hasil jumlah sampel yang di perlukan dengan tingkat kepercayaan 95% dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yakni karyawan PT Musashi Auto Parts Indonesia Plant Karawang departemen Camshaft 4R yang pernah melakukan pembelian produk *smartphone* xiaomi melalui *marketplace* Shopee.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah menggunakan *nonprobability sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*. Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesernpatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiono, 2013:84). Sedangkan yang dimaksud *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel

dengan pertimbangan tertentu. (Sugiono, 2013:85). Adapun pertimbangan kriteria responden dalam penelitian ini yaitu :

1. Sampel merupakan karyawan Pada Karyawan PT Musashi Auto Parts Indonesia Plant Karawang Bagian Departemen Camshaft 4R
2. Sampel pada karyawan PT Musashi Auto Parts Indonesia Plant Karawang bagian departemen Camshaft 4R yang memiliki aplikasi shopee
3. Sampel pada karyawan PT Musashi Auto Parts Indonesia Plant Karawang bagian departemen Camshaft 4R yang memiliki produk *smartphone* xiaomi
4. Sampel pada karyawan PT Musashi Auto Parts Indonesia Plant Karawang bagian departemen Camshaft 4R yang pernah membeli secara online melalui shopee

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data penelitian bertujuan untuk memperoleh informasi yang di butuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini pengumpulan data penelitian menggunakan metode kuisioner melalui *google form* yang di buat secara *paperless*.

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian adalah subjek dari mana memperoleh data penelitian. Sumber data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya (valid) sesuai data yang dibutuhkan dan digunakan dalam penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut Sugiono (2013:137) Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiono (2013:137) sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari setting-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural setting), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila di lihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder.. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Sugiono, 2013:137). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah sebagai berikut :

1. Kuisisioner

Menurut Sugiono (2013:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner pada penelitian ini dibuat menggunakan *google form* dengan penyebarannya melalui *link* yang di *share* secara *online*.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah kegiatan menghimpun informasi yang relefan untuk topik atau masalah yang akan atau sedang dilakukan penelitian. Dalam penelitian ini studi kepustakaannya adalah dengan mengumpulkan berbagai jurnal, buku – buku, serta mengakses internet untuk sumber dan literatur yang dibutuhkan.

3.5.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiono, 2013:102).

3.5.3.1 Method Of Successive Interval (MSI)

Pada penelitian ini hasil jawaban responden yang dikumpulkan dari kuisisioner dengan menggunakan skala likert adalah data ordinal. Supaya data dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut diubah menjadi data

interval dengan menggunakan *Method of Successive* (MSI). Menurut Sugiyono (2013:25) *Method Of Successive Interval* (MSI) langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar
2. Pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1,2,3,4,5 dan dinyatakan dalam frekuensi
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi
4. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor
5. Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh
6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)
7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus :

$$SV = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

3.5.3.2 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013:348) validitas adalah instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan jenis uji validitas kriteria yang menekankan apakah hasilnya sesuai dengan tes yang berbeda untuk hal yang sama. Uji validitas digunakan untuk mengukur dan mendapatkan data valid dari data primer yang telah diperoleh. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu SPSS 22. Kriteria pengujian validitas yaitu taraf signifikan (α) 0,05 (5%) dengan ketentuan :

- a. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid
- b. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut dapat dikatakan tidak valid

3.5.3.3 Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data secara tetap dari sekelompok sampel unguapkan (Kisworo & Sofana, 2017:134). Uji reabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran dapat di percaya. Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu SPSS 22. Kriteria pengujian reabilitas dengan Cronbach's Alpha (α) 0,60 dimana ketentuannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai koefisien reabilitas $>$ 0,6 maka instrument yang di uji dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik (*reliable*)
- b. Jika nilai koefisien reabilitas $<$ 0,6 maka instrument yang di uji dapat dikatakan tidak memiliki reliabilitas yang baik/ tidak *reliable*.

3.5.3.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui dan menguji apakah pada suatu data mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Kriteria uji normalitas dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi $>$ 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal.
- b. Jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan $<$ 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi tidak normal.

3.6 Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif untuk menganalisa, menggambarkan serta memverifikasi data yang terkumpul.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013:147).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiono, 2013:148). Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan rentang skala dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Skor penilaian

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

Skala terendah : $n \times 1 = 100 \times 1 = 100$

Skala tertinggi : $n \times 5 = 100 \times 5 = 500$

Tabel Rentang 3.6 Skala

Skor	Rentang Skala	Online Customer Review	Online Customer Rating	Keputusan Pembelian
1	100 – 180	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Puas
2	181 – 260	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Puas
3	261 – 340	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Puas
4	341- 420	Setuju	Setuju	Puas
5	421 – 500	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Puas

Sumber : olah data peneliti, 2022

Berikut adalah rentang skala yang digambarkan menggunakan *Bar Scale* (bar skala) :



Rumus perhitungan Interval kelas yang digunakan untuk menghitung kategori mean adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang kelas} &= \frac{X \text{ terbesar} - X \text{ terkecil}}{\text{Banyak Kelas}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut hasil interval kelas pada penelitian ini adalah 0,8. Dapat dilihat pada table kategori mean berikut :

Tabel 3.7 Kategori Nilai Mean

No	Keterangan	Nilai rata – rata
1	Sangat Tidak Baik / Sangat Rendah	1 – 1,8
2	Tidak Baik / Rendah	> 1,8 – 2,6
3	Cukup Baik / Cukup Tinggi	> 2,7 – 3,4
4	Baik / Tinggi	> 3,5 – 4,2
5	Sangat Baik / Sangat Tinggi	> 4,3 – 5

Sumber : Suprpto, 2008 dalam Ramadhani 2021

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis uji verifikatif diperlukan untuk menguji besaran hubungan dan pengaruh masing-masing variabel sesuai yang dikemukakan pada perumusan masalah dan menguji hipotesisnya (Savitri & Fauzi, 2021).

3.7 Rancangan Analisis

Rancangan analisis data adalah analisa dari berbagai data penelitian supaya rumusan masalah dalam penelitian dapat terpecahkan serta hipotesis penelitian dapat di buktikan dan tujuan penelitian dapat tercapai. Rancangan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki dua variabel independen atau lebih dan satu variable dependen. Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator di manipulasi (di naik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua, Sugiyono (2018:307).

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Analisis regresi berganda di rumuskan dalam persamaan sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

a = bilangan konstanta

b₁ = koefisien regresi pertama

b₂ = koefisien regresi kedua

X₁ = Variabel Independen Pertama

X₂ = Variabel Independen Kedua

e = faktor kesalahan



3.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah sebuah proses untuk melakukan evaluasi kekuatan bukti dari sampel, dan memberikan dasar untuk membuat keputusan terkait dengan populasinya, (Hussein, 2021). Uji Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan serta simultan antara variabel dependen dan independen.

3.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial diperlukan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, dan jika hasil uji t hitung > tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.

$$t = r \sqrt{\frac{n - (k + 1)}{1 - r^2}}$$

Dimana :

n = jumlah data sampel

r = koefisien korelasi parsial

r^2 = koefisien determinasi

k = jumlah variabel independen

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Jika t hitung $\leq t$ table atau sign. $>$ alpha, H_0 diterima
- b. Jika t hitung $\geq t$ table atau sign. $<$ alpha, H_0 ditolak



3.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independent secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Apabila hasil dari uji F hitung $>$ F tabel berarti variable cukup signifikan untuk menjelaskan variable dependen. Untuk menentukan apakah H_0 diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Kriteria yang digunakan dalam pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 di tolak, artinya ada pengaruh
- b. Jika F hitung $<$ F tabel maka H_0 di tolak, artinya tidak ada pengaruh

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independent atau bebas dalam menerangkan secara keseluruhan terhadap variabel dependen atau terikat serta

pengaruhnya secara potensial dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinasi (R^2).

Koefisien determinasi (R^2) menurut Sugiyono (2016) dapat dipakai untuk memprediksi seberapa besar pengaruh kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan syarat hasil uji F dalam analisis regresi bernilai signifikan. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) hanya antara 0-1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin kecil nilai koefisien determinasi (R^2) berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati 1 berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat (Sugiyono, 2016).

