



## BAB III METODE PENELITIAN

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitiannya adalah produk Grill Vincent\_Bodykit, yaitu aksesoris mobil bermaterial fiberglass pada aplikasi Bukalapak. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik komunikasi. Teknik komunikasi yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) dengan subjek penelitian, yakni konsumen yang pernah melakukan belanja online di toko online Grill\_Vincent Bodykit pada Aplikasi Bukalapak dalam jangka waktu satu tahun terakhir.

### B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017: 109) menyatakan bahwa desain penelitian merupakan sebuah rencana untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data yang dilakukan atas dasar pertanyaan penelitian dari studi. Desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2014: 125) adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian.

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 148-152), desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan berbagai perspektif. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bila ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

#### 1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Dalam sebuah penelitian terbagi menjadi 2, yaitu penelitian eksploratif (*Exploratory study*), dan penelitian formal (*Formal study*). Penelitian eksploratif merupakan penelitian yang cenderung mengarah pada struktur

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penelitian yang longgar, dan tujuan utamanya adalah menemukan tugas-tugas penelitian di masa depan. Sedangkan, penelitian formal merupakan penelitian yang berawal dari adanya pertanyaan penelitian atau hipotesis yang mencakup prosedur dan sumber data yang spesifik. Tujuan dari penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan penjelasan di atas maka, penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah diajukan.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian terbagi menjadi 2, yaitu observasi (*Monitoring*) dan komunikasi (*Communication*). Dalam penelitian yang menggunakan metode observasi (*Monitoring*), si peneliti melakukan pengamatan dan memeriksa aktivitas sebuah subjek, atau sifat dari sebuah materi, tanpa mengharapkan respon dari siapapun. Sedangkan, penelitian yang menggunakan metode komunikasi (*Communication*), si peneliti bertanya kepada subjek penelitian serta mengumpulkan seluruh respon mereka secara *personal* maupun *impersonal*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi komunikasi, dimana peneliti mengajukan kuesioner yang disebarakan secara online lewat *Google Forms* yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian, yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian Grill Vincent\_Bodykit, pada aplikasi Bukalapak. Peneliti mengharapkan respon dari responden atas kuesioner yang telah disebarakan tersebut.

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Pengendalian Terhadap Variabel

Berdasarkan pengendalian variabel oleh peneliti, penelitian terbagi menjadi 2, yaitu *Experiment*, dan *Ex Post Facto Design*. *Experiment* merupakan aktivitas peneliti yang mampu mengontrol atau memanipulasi variabel yang ada dalam penelitian. Sedangkan, *Ex Post Facto Design* merupakan aktivitas peneliti yang tidak memiliki kontrol atau memanipulasi variabel yang ada dalam penelitian, peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *ex post facto design*, dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasi variabel. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

### 4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian terbagi menjadi 3 jenis, yaitu *reporting*, *descriptive*, dan *casual*. Penelitian *reporting* adalah penelitian yang menyajikan sejumlah data, seringkali merombak data untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam atau untuk menciptakan statistik untuk perbandingan. Penelitian *descriptive* adalah penelitian yang bertujuan khusus untuk menjawab 5W + 1H. Penelitian *casual* selanjutnya dibagi menjadi 2 bagian, yaitu *casual explanatory* dan *casual predictive*.

*Casual explanatory* adalah penelitian yang mempelajari mengapa sebuah variabel dapat menghasilkan perubahan pada variabel lainnya. *Casual predictive* adalah penelitian yang berusaha memperkirakan dampak pada sebuah variabel, dengan memanipulasi satu variabel lainnya dan membuat variabel lain konstan. Penelitian ini tergolong dalam penelitian *descriptive* dan memiliki tujuan *casual explanatory*. Penelitian *descriptive* bertujuan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



untuk menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan, dan berapa banyak. Dalam studi *casual explanatory*, peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu bagaimana Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM), Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen aksesoris mobil bermaterial Fiberglass pada aplikasi Bukalapak.

## 5. Dimensi waktu

Dimensi waktu diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *cross sectional study* dan *longitudinal study*. Penelitian *cross sectional study* adalah penelitian yang dilaksanakan sekali, dan mewakili potret dari satu titik tertentu. Sedangkan, *longitudinal study* adalah penelitian yang dilakukan berulang-ulang dalam jangka waktu yang panjang. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study* karena penelitian hanya dilakukan satu kali dan mewakili potret suatu kejadian dalam periode waktu yang singkat.

## 6. Cakupan Topik Pembahasan

Berdasarkan cakupan topik pembahasan, sebuah penelitian terbagi menjadi 2, yaitu *statistical study* dan *case study*. *Statistical study* dirancang untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Penelitian yang bertujuan untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis diuji secara kuantitatif. Generalisasi terkait penemuan disajikan berdasarkan keterwakilan dari sampel dan validitas dari rancangan. Sedangkan, *case study* adalah penelitian yang menitikberatkan pada analisa kontekstual secara menyeluruh dari kejadian yang lebih sedikit.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini menggunakan *statistical study* karena hipotesis yang telah dibuat pada bab 2, selanjutnya akan diuji validitas pada bab 4 menggunakan alat-alat analisis.

## 7. Lingkungan Penelitian

Dilihat dari lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi aktual di lapangan. Karena penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah melakukan belanja online di Grill Vincent\_Bodykit, pada aplikasi Bukalapak.

## 8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Secara tidak langsung persepsi dari responden memiliki pengaruh terhadap proses penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak ada penyimpangan di kehidupan sehari-hari.

## C. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Menurut Sugiyono (2017: 39), menjelaskan sebagai berikut:

### 1. Variabel bebas atau *Independent Variable* (X)

Adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini adalah variabel *Electronic word of mouth* ( $X_1$ ), Diferensiasi Produk ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ).

### 2. Variabel terikat atau *Dependent Variable* (Y)

Adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen (Y).



## D. Operasionalisasi dan Pengukuran Penelitian

Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017: 93) skala likert merupakan skala digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terkait fenomena sosial di dalam masyarakat. Fenomena sosial di dalam masyarakat ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti untuk selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

### 1. *Electronic Word Of Mouth* (X<sub>1</sub>)

Menurut (Goyette et al., 2010) dalam Sari et al., (2017: 100-101) *electronic word of mouth* (eWOM) dalam empat dimensi, yaitu *content*, *negative valence of opinion*, *positive valence of opinion*, dan *intensity*. *Content* adalah isi informasi dari media sosial berkaitan dengan produk dan jasa, *negative valence of opinion* adalah pendapat konsumen negatif mengenai produk, jasa dan brand, *positive valence of opinion* adalah pendapat konsumen positif mengenai produk, jasa dan brand dan *intensity* (intensitas) dalam *electronic word of mouth* (e-WOM) adalah banyaknya pendapat yang ditulis oleh konsumen dalam sebuah situs jejaring sosial (Putra et al., 2015).

Pengukuran variabel e-WOM menurut (Goyette et al., 2010) dalam Sari et al., (2017: 100-101) melalui 4 dimensi e-WOM dan butiran pertanyaan yang disajikan pada tabel di bawah ini:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel e-WOM**

Variabel	Indikator	No	Pertanyaan	Skala
<p><b>C</b> Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p><i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i> Goyette et al., (2010: 11) dalam Sari et al., (2017: 100-101)</p>	<i>Intensity</i>	1	Saya memperoleh informasi mengenai aksesoris mobil bermaterial fiberglass melalui aplikasi Bukalapak di toko online Grill Vincent_Bodykit.	Interval
		2	Saya sering berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui aplikasi Bukalapak untuk mengetahui produk aksesoris mobil bermaterial fiberglass yang tepat.	Interval
		3	Saya menemukan banyak ulasan atau komentar yang diberikan oleh konsumen terdahulu di toko Grill Vincent_Bodykit pada aplikasi Bukalapak.	Interval
	<i>Valence of Opinion</i>	4	Saya memperoleh informasi lewat ulasan atau komentar positif dari konsumen terdahulu terkait produk aksesoris mobil bermaterial fiberglass di toko Grill Vincent_Bodykit pada aplikasi Bukalapak.	Interval
		5	Saya mendapatkan rekomendasi dari ulasan atau komentar positif yang diberikan oleh konsumen terdahulu Grill Vincent_Bodykit pada aplikasi Bukalapak.	Interval
		6	Saya memperoleh informasi ulasan atau komentar negatif terkait produk aksesoris mobil bermaterial fiberglass di toko Grill Vincent_Bodykit pada aplikasi Bukalapak.	Interval
		7	Saya mempercayai ulasan atau komentar negatif dari konsumen terdahulu Grill Vincent_Bodykit pada aplikasi Bukalapak.	Interval
	<i>Content</i>	8	Grill Vincent_Bodykit memudahkan saya dalam mendapatkan informasi mengenai pilihan produk terkait produk aksesoris bermaterial fiberglass yang bervariasi.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Variabel	Indikator	No	Pertanyaan	Skala
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)		9	Grill Vincent_Bodykit memberikan informasi detail mengenai kualitas produk lewat deskripsi online pada aplikasi Bukalapak.	Interval
		10	Grill Vincent_Bodykit memberikan informasi detail mengenai harga produk yang ditawarkan pada aplikasi Bukalapak.	Interval
		11	Saya merasa aman dan nyaman saat berbelanja online lewat aplikasi Bukalapak di toko Grill Vincent_Bodykit.	Interval

## 2. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah kegiatan untuk merancang nilai-nilai produk yang ada dengan produk pesaing. Perbedaan akan menjadikan nilai lebih pada produk apabila memenuhi kriteria. Pengukuran variabel diferensiasi produk menurut Kotler dan Keller (2016: 393-394) dapat disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2

### Operasionalisasi Variabel Diferensiasi Produk

Variabel	Indikator	No	Pertanyaan	Skala
Diferensiasi Produk Kotler dan Keller (2016: 393-394)	Bentuk (form)	1	Produk yang dijual Grill Vincent_Bodykit memiliki bentuk yang unik dan berbeda dari competitor lainnya.	Interval
	Keistimewaan atau fungsi	2	Produk Grill Vincent_Bodykit lebih memiliki manfaat yang sangat berguna dan mampu memberikan solusi pada mobil yang akan dimodifikasi dibandingkan dengan pesaing lainnya.	Interval
	Kualitas kinerja	3	Produk Grill Vincent_Bodykit lebih memberikan kualitas kinerja produk yang terbaik kepada konsumen dibandingkan dengan pesaing lainnya.	Interval





Variabel	Indikator	No	Pertanyaan	Skala
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Kualitas kesesuaian	4	Produk Grill Vincent_Bodykit memiliki kualitas yang telah dijanjikan oleh penjual lebih baik dari pesaing lainnya.	Interval
	Daya tahan	5	Produk Grill Vincent_Bodykit tidak mudah rusak atau mengalami perubahan bentuk saat digunakan.	Interval
	Keandalan	6	Produk Grill Vincent_Bodykit dapat digunakan dalam segala situasi dan berfungsi dengan baik jika dibandingkan dengan pesaing lainnya.	Interval
	Mudah diperbaiki	7	Produk Grill Vincent_Bodykit lebih mudah diperbaiki apabila mengalami kerusakan dibandingkan pesaing lainnya.	Interval
	Gaya	8	Produk Grill Vincent_Bodykit lebih mengikuti perkembangan mode jika dibandingkan dengan pesaing lainnya.	Interval
	Rancangan	9	Produk Grill Vincent_Bodykit memiliki rancangan bagian-bagian yang tidak ditemukan oleh pesaing lainnya.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 308-309) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan jasa tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan menurut Kotler dan Armstrong, (2018: 309), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu disajikan pada tabel di bawah ini:



**Tabel 3.3**

**Operasionalisasi Variabel Harga**

Variabel	Indikator	No	Pertanyaan	Skala
Harga (Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2012:52) dalam Chandra, Kartika (2021))	Keterjangkauan Harga	1	Harga produk Grill Vincent_Bodykit terjangkau dan masuk di akal sehingga membuat saya tertarik untuk membeli.	Interval
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	2	Harga produk yang ditawarkan Grill Vincent_Bodykit sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	Interval
	Daya Saing Harga	3	Harga produk yang ditawarkan Grill Vincent_Bodykit bersaing dengan kompetitor sejenis lainnya.	Interval
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	4	Harga Produk yang ditawarkan Grill Vincent_Bodykit sesuai dengan hasil yang didapat dan manfaat yang diberikan.	Interval

**4. Keputusan Pembelian**

Menurut Rachbini, (2018) keputusan pembelian merupakan sebuah rencana untuk membeli sesuatu di masa depan untuk digunakan, dimana proses emosional bekerja saat proses itu dan setelah itu pada titik tertentu persepsi konsumen mengenai sebuah produk atau seorang sumber itu memang penting. Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 191) Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian konsumen dapat di sajikan pada tabel di bawah ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.4

Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	No	Pertanyaan	Skala
<p><b>C</b> Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Keputusan Pembelian Konsumen Widokarti dan Priansa (2019: 38-40)</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	Pilihan produk	1	Informasi yang diberikan tentang keunggulan produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya tertarik untuk membeli produk.	Interval
		2	Saya membeli produk Grill Vincent_Bodykit karena memiliki kualitas produk serta manfaat yang diharapkan dari berbagai pilihan produk yang ada.	Interval
	Pilihan Merek	3	Setelah melihat-lihat produk aksesoris mobil bermaterial fiberglass yang dijual oleh Grill Vincent_Bodykit, saya tertarik untuk membelinya.	Interval
		4	Grill Vincent_Bodykit membuat konsumen memilih produk dengan merek tertentu yang dijual di Grill Vincent_Bodykit karena telah terbiasa dengan merek tersebut pada produk yang dibelinya.	Interval
	Pilihan saluran pembelian	5	Grill Vincent_Bodykit memberikan kualitas pelayanan serta kenyamanan berbelanja yang baik.	Interval
		6	Grill Vincent_Bodykit memberikan kemudahan dalam menjangkau produknya yang dijual, yaitu dengan menjual secara online lewat aplikasi Bukalapak.	Interval
	Waktu Pembelian	7	Saya membeli produk Grill Vincent_Bodykit karena adanya suatu kebutuhan.	Interval
	Jumlah Pembelian	8	Grill Vincent_Bodykit selalu memenuhi keputusan jumlah pembelian yang saya tentukan.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. Teknik Pengambilan Sampel

### 1. Penentuan Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja di toko online Grill Vincent\_Bodykit pada aplikasi Bukalapak.

### 2. Penentuan Sampel

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 349), teknik pengambilan sampel terbagi menjadi 2, yakni *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, dimana tidak setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. *Non-probability sampling* kemudian terbagi lagi menjadi 3, yakni *convenience sampling*, *purposive sampling*, dan *snowball sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* terbagi lagi menjadi 2, yaitu *judgement sampling* dan *quota sampling*. Peneliti menggunakan pendekatan *judgement sampling*, dimana pengambilan anggota sampel dilakukan berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yaitu konsumen yang minimal pernah berbelanja atau melakukan pembelian produk pada Grill Vincent\_Bodykit pada aplikasi Bukalapak minimal satu tahun terakhir.

Untuk ukuran sampel sendiri menurut Hair et al., (2010: 101) dalam Pratita, B. W. A., Pratikto, H., & Sutrisno, S. (2018: 497-503) mengatakan bahwa jumlah sampel jika kurang dari 50 maka tidak bisa dianalisis faktor, sampel harus berjumlah 100 atau lebih sebagai ketentuan umum, minimal jumlah sampel dalam suatu penelitian adalah lima kali dan akan lebih

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



diterima apabila jumlah sampel 10 kali dari jumlah variabel observasi yang akan diteliti dan dianalisis. Sehingga, dalam penelitian ini terdapat 32 total pertanyaan penelitian yang dikembangkan dikalikan 5 kali sehingga terdapat 160 responden.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat 2 jenis data berdasarkan sumber datanya, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Menurut Sugiyono, (2017: 137) sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya lewat dokumen atau orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden, yaitu individu atau perseorangan, seperti pengisian kuesioner.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Terdapat 4 teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, kuesioner, observasi, dan gabungan dari ketiganya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pernyataan tersebut.

Peneliti mengajukan lembaran kuesioner atau angket elektronik atau *Google Form* yang berisi daftar pernyataan kepada konsumen Grill Vincent\_Bodykit pada aplikasi Bukalapak dan responden hanya bisa

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menjawab satu dari beberapa pilihan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri atas pernyataan mengenai pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan sampel penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti.

## 2. Skala yang digunakan

Skala pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2017: 93), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terkait fenomena sosial.

Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dapat dijelaskan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala ini menggunakan ukuran interval yaitu angka yang diberikan dimana angka-angka tersebut mengandung pengertian tingkatan. Ukuran ini tidak memberikan nilai absolut terhadap obyek tetapi hanya memberikan ranking dimana obyek terkecil diberi angka 1 dan obyek terbesar diberi angka 5, seperti:

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 3.5**  
**Skor Berdasarkan Likert**

Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono 2017: 93

## G. Teknik Analisis Data

Untuk teknik analisis data, data yang sudah diperoleh dari kuesioner harus diolah terlebih dahulu agar dapat membuktikan hipotesis yang telah dibuat dan berguna bagi penelitian. Peneliti menggunakan software SPSS 25 untuk mempermudah seluruh proses perhitungan. Teknik analisa data yang digunakan oleh peneliti untuk membantu menganalisis data serta mendukung hasil penelitian ini, antara lain:

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, (2017: 121-122) uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan dan ketepatan suatu alat ukur. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas, harus mengkorelasikan skor dari setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Menurut Ghazali (2018: 51) uji validitas digunakan oleh peneliti untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, apakah pertanyaan dalam kuesioner yang telah dibuat betul-betul dapat



mengukur apa yang hendak kita ukur. Jika memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0.3 maka dinyatakan valid, tetapi jika koefisien korelasinya dibawah 0.3 maka dinyatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan, ialah rumus korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson), rumus ini mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total antara lain:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Keterangan:**

$r_{hitung(xy)}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N = Jumlah responden

$\sum X$  = Jumlah skor total butir soal

$\sum Y$  = Jumlah skor total butir soal

$\sum X^2$  = Jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$  = Jumlah skor kuadrat butir soal

Setelah nilai  $r_{hitung(xy)}$  diketahui, nilai tersebut kemudian dikonsultasikan dengan  $r_{tabel}$ .

Menurut Sugiyono, (2017: 125), suatu *instrument* dikatakan *valid*, bila:

- a) Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0.3
- b) Koefisien korelasi *product moment*  $r_{hitung(xy)} > r_{tabel} (\alpha;n-2)$  n = jumlah sampel ( $\alpha=180-2= 178$ ), atau Jika r hitung > r tabel (0.3) maka butir instrumen berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





- c) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (0.3) maka butir instrument tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).
- d) Uji signifikan 0.05

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, (2017: 121).

Menurut Ghozali (2018: 45) menjelaskan bahwa reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Ada 2 metode yang dapat dilakukan untuk mengukur reliabilitas, yaitu:

### 1) Pengukuran ulang

Seseorang akan disajikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, kemudian dilihat apakah ia akan tetap konsisten dengan jawabannya.

### 2) Pengukuran sekali saja

Pengukuran yang hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan korelasi antar jawaban pertanyaan.

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas *Cronbach Alpha* dengan taraf signifikansi 5% yang merupakan teknik uji yang paling sering digunakan untuk menguji kuesioner.



Menurut Ghozali (2016: 46) menyatakan bahwa suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70. Dalam menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak, dapat diukur dengan menggunakan rumus berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

**Keterangan:**

- r<sub>11</sub> = reliabilitas yang dicari
- n = Jumlah item pertanyaan yang di uji
- ∑σ<sup>2</sup> = Jumlah varians skor tiap-tiap item
- σ<sup>2</sup> = vrians total

Nilai *alpha* menunjukkan tingkat reliabilitas suatu data. Ketika nilai *alpha* > 0.70 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*), maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Sehingga, dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah:

- a. Apabila r hitung < r tabel, maka butir instrumen dinyatakan tidak reliabel (tidak diterima).
- b. Apabila r hitung > r tabel, maka butir instrumen dinyatakan reliabel (diterima).

**3. Analisis Deskriptif**

Menurut Ghozali (2018: 19) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar deviasi, *varian*, *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness*. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### a. Rata-rata Hitung ( $\bar{x}$ )

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Keuntungan menggunakan rata-rata adalah angka tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran dari data yang diamati. Jadi, ketika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel  $n$ , maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

#### Keterangan:

$\bar{x}$  = rata-rata hitung

$x_i$  = nilai sampel ke- $i$

$n$  = jumlah sampel

### b. Analisis Persentase

Analisis presentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis presentase dilakukan dengan menghitung presentase dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

#### Keterangan:

$P$  = Persentase responden yang memiliki kategori tertentu

$\sum f_i$  = Jumlah responden dalam suatu kategori tertentu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

n = Total responden

### c. Rata-rata Tertimbang

Rumus skor rata – rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

#### Keterangan:

$\bar{x}$  = Skor rata-rata tertimbang

$f_i$  = Frekuensi

$x_i$  = Bobot nilai

$\sum f_i$  = Jumlah responden

### d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$Rs = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

**Tabel 3.6**  
**Tabel Rentang Skala**

Skala	Keterangan
1,00-1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,81-2,60	Tidak Setuju (TS)
2,61-3,40	Netral (N)
3,41-4,20	Setuju (S)
4,21-5,00	Sangat Setuju (SS)

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Uji autokorelasi tidak digunakan dalam penelitian ini karena data bersifat *cross-sectional*.

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel residual memiliki data berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2018: 161). Model regresi yang baik dan benar adalah memiliki distribusi data yang bersifat normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *One Kolmogrov-Smirnov*. Kriteria untuk menentukan apakah residual berdistribusi normal atau mendekati normal antara lain:

- (1) Jika probabilitas  $< 0.05$  berarti data residual berdistribusi tidak normal.
- (2) Jika probabilitas  $> 0.05$  berarti data residual berdistribusi normal.



## b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Nilai cutoff yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $< 0.10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $> 10$ , setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih bisa ditolerir (Ghozali, 2018: 107).

(1) Jika nilai *tolerance*  $> 0.10$  atau *VIF*  $< 10$ , maka tidak terdapat multikolinieritas.

(2) Jika nilai *tolerance*  $< 0.10$  atau *VIF*  $> 10$ , maka terdapat multikolinieritas.

## c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain Ghozali, (2018: 137). Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas tetapi jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas dan bukan heteroskedastisitas.

Dalam Penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu uji yang mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi Ghozali, (2016: 137). Model



regresi tidak mengandung heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%.

- (1) Jika probabilitas  $> 0.05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika probabilitas  $< 0.05$  maka terjadi heteroskedastisitas.

## 5. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur hubungan yang terjadi antar variabel dapat dilakukan dengan metode analisis regresi. Terdapat dua macam variabel yang digunakan dalam analisis regresi yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dengan menggunakan analisis regresi dapat diukur perubahan variabel terikat berdasarkan perubahan variabel bebas (Ghozali, 2018: 95). Dalam penelitian ini variabel bebas (X) lebih dari satu variabel sehingga menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan persamaan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Y	= Variabel Keputusan Pembelian
a	= Bilangan konstanta
b1, b2, b3	= Koefisien regresi
X1	= Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>
X2	= Variabel Diferensiasi produk
X3	= Variabel Harga
e	= Variabel gangguan

### a. Uji F (Simultan)

Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent atau terikat (Ghozali, 2018: 98). Untuk menguji hipotesis

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0.05$  ( $\alpha$ ) atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti hipotesa tidak terbukti maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya *electronic word of mouth* (e-WOM), diferensiasi produk dan harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b) Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0.05$  ( $\alpha$ ) atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti hipotesa terbukti maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Artinya *electronic word of mouth* (e-WOM), diferensiasi produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

#### b. Uji T (Parsial)

Melakukan uji hipotesis berarti melakukan uji signifikansi yang berarti peneliti harus menentukan untuk menerima atau menolak hipotesis nol. Jika  $H_0$  diterima, maka  $H_1$  harus ditolak; dan jika  $H_0$  ditolak maka  $H_1$  harus diterima. Untuk menentukan signifikansi statistik penelitian, harus menentukan suatu *level* atau tingkat probabilitas atau tingkat signifikansi hipotesis nol yang akan diuji. Jika hasil penelitian menunjukkan suatu probabilitas yang lebih rendah dari level ini, maka hipotesis nol dapat ditolak. Menurut Ghozali (2018: 99) uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1.  $H_0 : \beta_1 = 0$

$H_a : \beta_1 > 0$

2.  $H_0 : \beta_2 = 0$

$H_a : \beta_2 > 0$

3.  $H_0 : \beta_3 = 0$

$H_a : \beta_3 > 0$

Hipotesis diuji menggunakan rumus uji t, dimana rumus ini digunakan untuk menghitung hipotesis pengaruh. Berikut adalah rumus uji t yang digunakan:

$$t = \frac{b_1 \sqrt{\sum_i 2 - (\sum xi)^2}}{S}$$

**Dimana:**

t = t<sub>hitung</sub> yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t<sub>tabel</sub>

X = Variabel yang diteliti

s = Jumlah sampel yang diteliti

Pengujian untuk menghitung pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y) akan dilakukan menggunakan SPSS 25.

Dimana rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (signifikansi) > 0.05 ( $\alpha$ ) atau T<sub>hitung</sub> < T<sub>tabel</sub> berarti hipotesa tidak terbukti maka H<sub>0</sub> diterima Ha ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.
2. Jika probabilitas (signifikansi) < 0.05 ( $\alpha$ ) atau T<sub>hitung</sub> > T<sub>tabel</sub> berarti hipotesa terbukti maka H<sub>0</sub> ditolak dan Ha diterima, bila dilakukan uji secara parsial. Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- a. Jika tingkat signifikansi  $\leq 5\%$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika tingkat signifikansi  $\geq 5\%$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

c. **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi atau disimbolkan dengan  $R^2$  yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau *independent* (X) terhadap variabel terikat atau *dependent* (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y. Nilai  $R^2$  yang mendekati antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas untuk menjelaskan variabel dependen.

Sedangkan, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018, p. 101). Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi, maka dapat dihitung menggunakan rumus:

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

Dimana:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Angka yang didapatkan dari perhitungan ini menghasilkan besaran kemampuan variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam bentuk presentase.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

