

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Purchase Intention*. Sedangkan subyek penelitian adalah calon pelanggan yang pernah melihat *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* pada *e-Commerce* Traveloka. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner untuk calon pelanggan yang pernah melihat *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* pada *e-Commerce* Traveloka.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146), Desain penelitian adalah suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Perencanaan merupakan skema menyeluruh atau program dari penelitian, mencakup garis besar dari apa yang ingin dilakukan oleh peneliti dari penulisan hipotesis dan implikasi operasionalnya untuk analisis data akhir. Cooper dan Schindler (2017:148-152), terdapat delapan klasifikasi desain penelitian dengan prespektif yang berbeda, yaitu :

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Dalam tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian, studi penelitian dapat dipandang sebagai studi eksploratif atau formal. Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan suatu penelitian, studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur dan sumber data yang tepat.

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.



2. Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data, terdapat dua metode yaitu menggunakan metode pengamatan (*monitoring*) dan studi komunikasi (*communication study*). Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode studi komunikasi, yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan melalui kuesioner kepada subyek penelitian dan mengumpulkan respon berdasarkan makna personal ataupun umum.

3. Kontrol Penelitian Terhadap Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian yang berdesain *ex post facto*, karena peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel dalam arti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya dan hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi mapupun yang sedang terjadi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam studi kausal eksplanatori, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y). Peneliti ingin menguji apakah terdapat pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Intention* pada pelanggan *e-Commerce Traveloka*.

5. Dimensi Waktu

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi *cross-sectional*, yaitu studi yang dilakukan satu kali dan mencerminkan gambaran dari satu kejadian dalam satu waktu.

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.



6. Cakupan Topik

Dalam hal cakupan topik terdapat 2 klasifikasinya, yaitu studi statistik dan studi kasus. Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif yang berupaya memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

7. Lingkungan Penelitian

Dalam penelitian ini didasarkan pada kondisi lingkungan aktual, karena penelitian ini dilakukan pada kondisi lapangan yang sesungguhnya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, dimana data-data yang didapat secara langsung dari responden.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Pada penelitian ini, kesadaran para partisipan yang ikut dalam mengisi kuesioner penelitian ini dalam keadaan peserta tidak merasa adanya penyimpangan dalam rutinitas kegiatan kesehariannya sampai dengan peserta yang merasa ada penyimpangan tetapi tidak berkaitan dengan penelitian.

9. Variabel Penelitian

Variabel menurut Cooper dan Schindler (2017:64), adalah simbol dari kejadian, tindakan, karakteristik, perlakuan, maupun atribut yang dapat diukur dan yang dapat diberikan penilaian. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Purchase Intention* (Y), sedangkan variabel bebasnya yaitu *Online Customer Review* (X1) dan *Online Customer Rating* (X2). Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing-masing variabel tersebut.

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. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:79), Variabel Bebas (*Independent Variabel*) adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif. Dengan kata lain, varians dalam variabel terikat disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating*.

a. Variabel *Online Customer Review*

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel *Online Customer Review*

Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Perceived Usefulness</i> (Manfaat yang dirasakan)	a. <i>Online Customer Review</i> membuat saya lebih mudah untuk berbelanja atau memesan secara <i>online</i> . b. <i>Online Customer Review</i> membuat saya lebih mudah dalam mencari dan menemukan informasi tentang produk atau jasa.	Interval
<i>Source Credibility</i> (Kredibilitas Sumber)	a. Saya percaya pada fitur <i>Online Customer Review</i> yang disediakan Traveloka. b. Saya percaya pada <i>review</i> yang diberikan oleh pelanggan lain.	Interval
<i>Argumen Quality</i> (Kualitas Argumen)	a. <i>Review</i> suatu produk atau jasa memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk atau jasa yang diulas. b. <i>Review</i> pada Traveloka membantu saya menentukan pilihan pembelian.	Interval
<i>Valance</i> (Valensi)	a. <i>Review</i> produk atau jasa di Traveloka memberikan informasi yang benar. b. <i>Review</i> produk atau jasa di Traveloka memberikan gambaran yang lengkap mengenai produk atau jasa secara keseluruhan.	Interval



(C) 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.

	c. <i>Review</i> yang positif mempengaruhi pendapat saya terhadap produk atau jasa. d. Saya akan mencari alternatif produk atau jasa lain apabila terdapat <i>review</i> negatif pada suatu produk atau jasa.	
--	--	--

Sumber : Latifa P. dan Harimukti W. (2016) dalam Shidieq (2020)

b. Variabel *Online Customer Rating*

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel *Online Customer Rating*

Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Rating</i> keseluruhan produk atau jasa	a. <i>Online Customer Rating</i> di Traveloka mempermudah saya untuk mengurangi jumlah pertimbangan produk atau jasa yang ingin dibeli. b. <i>Online Customer Rating</i> di Traveloka membantu saya untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang baik dan buruk. c. <i>Online Customer Rating</i> di Traveloka menuntun saya dalam menumbuhkan minat pembelian terhadap suatu produk atau jasa. d. <i>Online Customer Rating</i> di Traveloka mempermudah saya dalam menumbuhkan minat pembelian. e. <i>Online Customer Rating</i> di Traveloka membantu untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan saya. f. <i>Rating</i> fitur di Traveloka membantu saya untuk mempelajari performa produk atau jasa. g. <i>Rating</i> fitur di Traveloka membantu saya untuk memahami keunggulan produk atau jasa.	Interval

Sumber : Filieri (2015) dalam Wibisono (2021)



2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:77), Variabel Terikat (*Dependent Variabel*) merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Dengan kata lain, variabel terikat adalah variabel utama yang sesuai dalam investigasi penelitian. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah *Purchase Intention*

a. Variabel *Purchase Intention*

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel *Purchase Intention*

Indikator	Pernyataan	Skala
Tertarik mencari informasi mengenai produk atau jasa.	a. Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai produk atau jasa yang disediakan Traveloka.	Interval
Mempertimbangkan untuk membeli.	a. Saya mempertimbangkan untuk membeli produk atau jasa yang diulas dalam Traveloka.	Interval
Tertarik untuk mencoba.	a. Saya tertarik untuk mencoba produk atau jasa yang diulas dalam Traveloka.	Interval
Ingin mengetahui produk atau jasa.	a. Saya ingin mengetahui produk atau jasa yang diulas dalam Traveloka lebih dalam.	Interval
Ingin memiliki produk atau jasa.	a. Saya ingin memiliki produk atau jasa yang diulas dalam Traveloka.	Interval

Sumber : Schiffman dan Kanuk (2010) dalam Wibisono (2021)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, dimana tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *judgement sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:68), metode pengambilan sampel dalam *judgement sampling* digunakan jika jumlah atau kategori orang tertentu



memiliki informasi yang dicari terbatas. Adapun kriteria responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melihat *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* pada *e-Commerce Traveloka*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Forms* kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yang berarti pertanyaan telah disusun sebelumnya oleh peneliti dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah dipersiapkan. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Jadi, validitas berguna untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner sudah kita buat dengan benar dan dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Dalam menentukan keputusan uji validitas, peneliti menggunakan rumus perhitungan *Pearson Product Moment*, taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai r tabel yaitu 0,361. Dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

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.



Keterangan :

X = Skor Pertanyaan

Y = Skor Total

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghazali (2018:45), Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Jumlah butir dalam skala pengukuran

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

3. Analisis Deskriptif

a. Rata-Rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung (*Mean*) dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data sampel kemudian dibagi dengan jumlah sampel, *Mean* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

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.

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

Keterangan :

$\bar{x}$ = Rata-Rata Hitung

x_i = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah sampel

b. Rata-Rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung berdasarkan perhitungkan timbangan atau bobot untuk setiap datanya. Setiap penimbang atau bobot tersebut merupakan pasangan setiap data. Rumus dari rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

$\bar{x}$ = Rata – rata tertimbang

x_i = Nilai data ke- i

f_i = Bobot data ke- i

n = Jumlah data

c. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden pada kuesioner seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

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.

$$Fr_1 = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

Fr_1 = Frekuensi alternative ke- i setiap kategori

$\sum fi$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = Total responden

d. Rentang Skala

Dalam pengukuran data kuesioner, peneliti menggunakan skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2017:327), skala Likert adalah variasi yang paling sering digunakan dari skala penilaian yang dijumlahkan. Skala penilaian yang di jumlahkan (*summated rating scales*) terdiri atas pernyataan yang mengekspresikan baik sikap mendukung dan tidak mendukung terhadap obyek kepentingan. Setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut mungkin dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan partisipan.

Dalam menghitung skala penilaian, digunakan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$RS = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala penilaian

m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

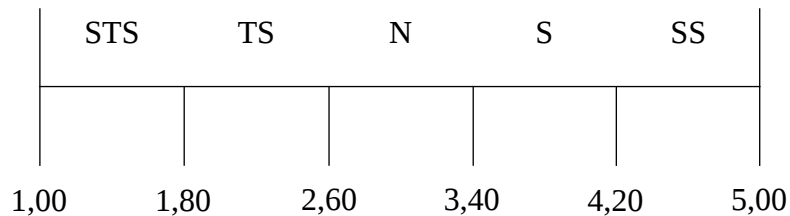
b = Jumlah kelas atau kategori



Dengan skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1 dengan 5

jumlah kelas atau kategori, maka rentang skalanya sebagai berikut :

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



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)

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik *non-parametrik Kolmogorov Smirnov*. Uji *Kolmogorov Smirnov* dilakukan dengan membuat hipotesis :

- (1) H₀ : data residual berdistribusi normal.
- (2) H_a : data residual tidak berdistribusi normal.

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), sehingga dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- (1) Jika $p\text{-value} > \alpha$, maka data dikatakan berdistribusi normal.
- (2) Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

Menurut Mustofa dan Nurfadillah (2021), langkah alternatif lain dari uji normalitas yaitu dengan menggunakan metode monte carlo dengan menggunakan pengembangan yang sistematis dengan memanfaatkan bilangan acak. Tujuan dilakukannya monte carlo adalah untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dari data yang telah diuji dari sampel yang bernilai acak atau terlalu ekstrem nilainya.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghazali (2018:107), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.

Alat yang digunakan untuk menguji multikolinearitas adalah dengan *Variance inflation factor* (VIF), dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

- (1) Jika $VIF \leq 0.1$ atau 10, maka bebas multikolonieritas.
- (2) Jika $VIF \geq 0.1$ atau 10, maka terdapat multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghazali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance

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.



dari residual satu pengamatan ke pengalaman yang lain. Jika terdapat variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Dapat diketahui dengan cara sebagai berikut:

- (1) Jika koefisien *parameter sign* < 0.05, maka terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika koefisien *parameter sign* > 0.05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:139), Analisis regresi berganda adalah teknik multivariat yang sering kali digunakan dalam penelitian bisnis. Analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Regresi berganda memiliki rumus sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = *Purchase Intention*

X_1 = *Online Customer Review*

X_2 = *Online Customer Rating*

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel *Online Customer Review*

β_2 = koefisien regresi variabel *Online Customer Rating*

e = error

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.



6. Uji F atau Uji Anova



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Uji F dapat dikenal dengan Uji Anova, yaitu uji yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam pengambilan dasar keputusan uji F harus dibandingkan dengan nilai signifikansi F (Sig-F) dengan 0.05, hipotesisnya sebagai berikut :

- a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
- b. $H_a : \text{Paling sedikit ada satu dari } \beta_1 \neq 0 ; i = 1, 2$

Maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Sig-F < 0.05, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan model regresi layak digunakan.
- b. Jika nilai Sig-F > 0.05, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan model regresi tidak layak digunakan.

Jika uji F hasilnya adalah tolak H_0 , maka pengujian selanjutnya akan dilakukan pengujian uji t.

7. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0.05$) dengan hipotesis sebagai berikut :

- a. Pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention*.

(1) $H_{01} : \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention*.



- (2) $H_{a1} : \beta_1 > 0$, terdapat pengaruh positif antara *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention*.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- (1) Jika $\text{Sig-t} < 0.05$, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.
- (2) Jika $\text{Sig-t} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan bahwa *Online Customer Review* tidak berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.

- b. Pengaruh *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Intention*.

- (1) $H_{02} : \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Intention*.
- (2) $H_{a2} : \beta_2 > 0$, terdapat pengaruh positif antara *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Intention*.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- (1) Jika $\text{Sig-t} < 0.05$, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan bahwa *Online Customer Rating* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.
- (2) Jika $\text{Sig-t} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan bahwa *Online Customer Rating* tidak berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.

8. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Sedangkan jika

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.



nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel terikat dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

- a. $R^2 = 0$, artinya variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).
- b. $R^2 = 1$, artinya variabel bebas (X) memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

C 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.