

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan digunakan peneliti untuk diteliti yaitu Aplikasi *marketplace* Shopee sedangkan subjek dari penelitian ini yaitu pengguna aplikasi Shopee. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner pada periode bulan Januari tahun 2023.

B. Desain Penelitian

Desain Penelitian menurut Sekaran dan Bougie (2017:109) adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi. Menurut Cooper dan Schindler (2018a:147-151) terdapat delapan klasifikasi desain penelitian dengan prespektif yang berbeda, yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian yang dipilih adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuisioner, dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada subjek penelitian berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, yaitu Iklan, kemudahan penggunaan, niat beli ulang. Secara pribadi maupun non pribadi. Metode yang



digunakan adalah metode survey, dengan cara menyebarkan kuisioner yang berisi

C daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban dari pertanyaan dalam kuisioner tersebut. Data yang dihasilkan juga dapat berasal dari isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Peneliti menggunakan desain ex post facto (ex post facto design) yaitu desain laporan sesudah fakta, karena peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel dalam pengertian bahwa peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi dan apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kausal atau sebab akibat, yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti pengaruh antara iklan dan kemudahan penggunaan terhadap niat beli ulang pada aplikasi shopee.

5. Dimensi Waktu

Dilihat dari dimensi waktunya penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan studi lintas bagian (Cross Section) yang dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis di dalam studi ini akan di uji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi tersebut akan mengeneralisasi mengenai temuan yang akan di hasilkan, berdasarkan sejauh mana

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.



sampel mempresentasikan subjek yang akan di teliti dan tingkat validitas/kesalahan

C sampel.

7. Lingkungan Riset Penelitian

Penelitian ini menggunakan lingkungan aktual/kondisi lapangan (field conditions) dalam melakukan penelitiannya. Data yang diperoleh secara langsung dari konsumen Shopee.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Dalam penelitian ini, kesadaran persepsi partisipan penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi partisipan yang baik adalah partisipan tidak merasa adanya penyimpangan dalam rutinitas kesehariannya. Kesimpulan dari penelitian ini akan sangat bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan subjek penelitian. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pengertian kepada subjek penelitian sehingga persepsi negatif dapat dihindari saat penelitian.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut yang kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Niat Beli Ulang (Y) , Iklan (X1) , Kemudahan Penggunaan (X2).

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen biasa disebut juga sebagai variabel terikat. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah niat beli ulang yang terkait dengan aplikasi Shopee.

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 Niat Beli Ulang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
Menurut Priansa dalam Susanti dan Handayani (2021)	Niat transaksional	Saya membeli produk di Shopee karena adanya kebutuhan. Saya sering membeli produk di Shopee berulang kali karena kebutuhan saya.	Likert
	Niat referensial	Setelah mencoba layanan di Shopee, saya terdorong untuk merekomendasikan kepada orang lain.	Likert
	Niat preferensial	Saya menjadikan Shopee sebagai alternatif utama untuk dibandingkan dengan situs lain.	Likert
	Niat eksploratif	Saya mencari informasi terbaru tentang situs Shopee karena ingin melakukan pembelian kembali. Saya mencari tahu tentang pengalaman orang lain yang menggunakan situs Shopee.	Likert

2. Variabel Independen (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada suatu variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah iklan (X1) dan kemudahan penggunaan (X2).

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) Iklan (X1)

Iklan adalah alat penting untuk menjual merek suatu produk kepada Konsumen. Periklanan adalah salah satu alat yang paling umum digunakan perusahaan untuk berkomunikasi secara menarik kepada pelanggan dan masyarakat. Periklanan adalah bagian mendasar dari kehidupan industri modern. Saat ini kehidupan sangat bergantung pada iklan, karena iklan dapat secara langsung mempengaruhi cara berpikir konsumen dan iklan dapat digunakan untuk mempresentasikan produk atau jasa perusahaan.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Iklan

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
Menurut Kotler & Keller (2016:609)	Tujuan	1. Iklan Shopee memberikan informasi kepada saya. 2. Iklan Shopee membujuk saya untuk membeli produk yang berada di Shopee. 3. Shopee yang pertama kali teringat jika membahas E-commerce berkat iklan – iklan Shopee. 4. Saya selalu yakin setiap melakukan pembelian di Shopee.	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © 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.

Tabel 3.2 (Lanjutan)

Operasionalisasi Variabel Iklan

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
	Pesan	1. Pesan iklan Shopee mampu menarik perhatian saya. 2. Daya tarik pesan iklan Shopee mendorong saya untuk melakukan pembelian kembali.	Likert
	Media	1. Saya sering menemui iklan Shopee di media social (Tik-tok, Youtube, Instagram.) yang saya gunakan. 2. Iklan Shopee yang terus Muncul di berbagai <i>platform</i> (Tik – tok, Youtube, Spotify, Instagram, Siaran Tv.), membuat saya mengingat dan tertarik untuk melakukan pembelian.	Likert

© 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.



(b) Kemudahan Penggunaan (X2)

Kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli online.

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kemudahan

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
Venkatesh dan Davis (2000:201)	<i>Clear and Understandable</i>	1. Saya merasa interaksi di Shopee bersifat fleksibel. 2. Saya merasa Shopee mudah diakses dan digunakan membuat, saya tetap menggunakan Shopee untuk melakukan pembelian.	Likert
	<i>Does not require a lot of mental effort</i>	1. Saya belajar menggunakan situs Shopee dengan cepat. 2. Saya mudah mengingat bagaimana menggunakan situs Shopee, membuat saya tetap menggunakan Shopee untuk melakukan pembelian.	Likert

© 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.



Tabel 3.3 (Lanjutan)

Operasionalisasi Variabel Kemudahan

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	<i>Easy to use</i>	1. Instruksi di Shopee jelas dan dapat dimengerti. 2. Semakin sering saya mengakses Shopee membuat saya semakin mahir dalam menggunakan.	Likert
	<i>Easy to get the system to do what he/she wants to do</i>	Saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya inginkan di Shopee.	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Teknik Pengumpulan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu *non probability sampling*. Sedangkan jenis pendekatan yang digunakan adalah judgement sampling. Judgement sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu. Pertimbangannya adalah konsumen yang pernah membeli produk di Shopee. *Non probability sampling* menyediakan teknik alternatif untuk memilih sampel, dan sebagian besar termasuk kepada unsur penilaian subjektif (Saunders et al., 2019 : 315). Kemudian untuk jenis sample merupakan judgement sampling. Judgement sampling muncul disaat peneliti akan memilih sample dengan syarat yang sesuai dengan kriteria yang diperlukan (Cooper dan Schindler, 2018b : 79). Dalam penelitian ini Terdapat beberapa kriteria

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.



mengenai responden yang diinginkan yakni sebagai berikut: Pengguna online marketplace Tokopedia, Pernah melakukan transaksi pembelian dalam kurun waktu 6 (enam) bulan terakhir di online marketplace Tokopedia, Pernah membaca dan mengetahui keberadaan ulasan (review) dan penilaian (rating). Menurut Hair et al (2010:176), sebaiknya banyaknya populasi sampel berjumlah 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pernyataan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 21 item pertanyaan, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan adalah $21 \times 5 = 105$ responden. Dalam penelitian ini subjek sampel adalah pelanggan yang menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja. Oleh karena itu, dalam penelitian ini kuesioner yang sistematis dengan kuesioner yang disusun oleh peneliti disebarkan kepada 110 responden yang memenuhi kriteria. yaitu mereka yang menggunakan Shopee untuk belanja.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang ditentukan pada penelitian ini yaitu kuesioner agar mendapat data primer yang diperlukan dalam penelitian. Beberapa pertanyaan yang terdapat didalam keusioner ini berkaitan dengan variable iklan, kemudahan penggunaan, dan niat beli ulang.

Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup. Kuesioner yang disebarkan sudah mencakup pilihan jawaban yang ditentukan oleh peneliti sehingga responden memiliki keterbatasan ketika mengisi kuesioner tersebut. Hal ini bertujuan agar data yang didapat menjadi lebih relevan dan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI BIKG (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.



Berdasarkan pertanyaan yang terdapat pada kuesioner untuk merespon jawaban responden, peneliti menentukan perolehan nilai dalam masing-masing jawaban menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan dalam mengukur persepsi dan opini dari individu serta kelompok yang terdapat dalam fenomena social. Peneliti menggunakan skala likert dengan tingkatan nilai sebagai berikut: 5 (Sangat Setuju) ; 4 (Setuju) ; 3 (Cukup Setuju) ; 2 (Tidak Setuju) dan 1 (Sangat Tidak Setuju).

Tabel 3.4

Tabel Skala Likert

Skala	Angka
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak Setuju	1

Teknik Analisis Data

Pengolahan data dilakukan setelah diselesaikannya tahap pengisian kuesioner dan pengumpulan semua data yang ada. Data yang diperoleh ialah data mentah yang kemudian akan diolah menggunakan *software* SPSS sehingga dapat menghasilkan output yang diperlukan dalam penelitian. Untuk mempermudah hal tersebut, peneliti memilih untuk menerapkan teknik analisis data seperti ini:

Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (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 tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis item yaitu mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Dalam penelitian ini digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas

N = Jumlah responden

X = Skor variabel

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurang X

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:44), reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana kuatnya korelasi butirbutir dalam kuesioner.

Menurut Umar (2019:68), uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen kuesioner dinyatakan reliabel, yaitu dapat digunakan secara konsisten. Jika suatu variabel memiliki nilai $> 0,7$, maka instrumen dinyatakan reliabel. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σt^2 = varian total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

Analisis Statistik Deskriptif

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



Menurut Imam Ghozali (2018:19), analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Perhitungan analisis deskriptif dapat dilakukan melalui :

a. Mean

Mean dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut, Mean dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

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

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 dengan memperhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Setiap penimbang /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

© 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. Selang Kepercayaan 95% untuk rata-rata

Selang kepercayaan adalah suatu selang nilai-nilai yang digunakan untuk mengestimasi nilai sebenarnya dari parameter populasi. Sebuah penelitian dilakukan pada sebuah populasi yang berukuran N yang memiliki rata-rata μ yang tidak diketahui serta varian σ^2 diketahui. Penelitian tersebut akan mengestimasi nilai rata-rata μ dengan menggunakan selang kepercayaan. Untuk mengestimasi rata-rata μ , maka diambil sampel sebanyak n dari populasi N. Distribusi sampling tersebut biasanya didekati dengan distribusi normal, oleh karena itu dengan menggunakan data sampel, dihitung nilai estimasi titik dari rata-rata μ yaitu sebagai berikut.

$$\bar{x} - z_{\alpha/2} \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}} < \mu < \bar{x} + z_{\alpha/2} \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}}$$

Keterangan :

\bar{x} = Rata-rata sampel

σ = Varian

n = Banyaknya Populasi

d. Rentang Skala

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu kuisisioner yang diisi oleh responden. Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuisisioner yang akan dibuat, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang akan diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2017:327), Skala Likert terdiri atas pernyataan yang mengekspresikan baik sikap yang mendukung dan tidak mendukung terhadap objek kepentingan.

Setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut mungkin dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan partisipan. Untuk menghitung skala penilaian, digunakan rentang skala sebagai berikut:

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

Keterangan:

RS = Rentang Skala penilaian

m = Skor tertinggi

© 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.



p = Skor terendah

b = Jumlah kelas atau kategori

Dengan skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1 dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka rentang skalanya adalah 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 = Cukup Setuju (CS)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Menurut Imam Ghozali (2018:107), uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terdapat korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Untuk mendeteksinya dilakukan uji regresi dengan bantuan SPSS. Cara melihat nilai tolerance atau variance inflation factor (VIP). Syarat untuk bebas multikolinieritas adalah dengan melihat nilai tolerance yang mendekati 1 atau nilai $VIF \leq 10$. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas memiliki sebuah dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinieritas.

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) Jika nilai toleramce $< 0, 10$ atau $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinieritas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2018:137), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengalaman yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah sebagai berikut:

- 1) Jika koefisien parameter $\text{sig} < 0.05$, maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika koefisien parameter $\text{sig} > 0.05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji statistic non-parametrik Kolmogorov – Smirnov (K - S), dengan bantuan aplikasi SPSS. Uji tersebut dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : data residual berdistribusi normal.

H_a : data residual tidak berdistribusi normal.

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), maka 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.

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.



5. Analisis Regresi Berganda

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Sekaran dan Bougie (2017b: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 persamaan sebagai berikut :

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

Keterangan:

Y = Niat beli ulang

X_1 = Iklan

X_2 = Kemudahan penggunaan

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel Iklan

β_2 = koefisien regresi variabel Kemudahan penggunaan

e = error

© Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98), uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh terhadap variabel terkait atau dependen. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan. Hasil uji F dilihat dalam table ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

$H_a : \text{Paling sedikit ada satu dari } \beta_i \neq 0 ; i = 1, 2$

Maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$)
- Jika nilai Sig-F < 0.05, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan model regresi layak digunakan.
- Jika nilai Sig-F > 0.05, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan model regresi tidak layak digunakan.

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.



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

Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98-99), digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$ Iklan tidak berpengaruh positif terhadap Niat beli ulang

$H_a : \beta_1 > 0$ Iklan Produk berpengaruh positif terhadap Niat beli ulang

$H_0 : \beta_2 = 0$ Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap Niat beli ulang

$H_a : \beta_2 > 0$ Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap Niat beli ulang

Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< \alpha(0,05)$ maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> \alpha(0,05)$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing – masing variabel bebas terhadap variabel terkait.

8. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:97-98), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel terikat 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) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.