



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, obyek penelitian yang akan diteliti adalah *online customer review* dan *online customer rating* pelanggan pada produk *chicken salted egg* pada gerai Eatlah di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan subjek penelitian yaitu konsumen yang pernah membeli produk Eatlah di seluruh DKI Jakarta. Dengan mengambil 110 responden dan dilakukan pada bulan Januari 2023 sampai dengan Februari 2023.

B. Desain Penelitian

Pemahaman desain penelitian dan teknik pengumpulan data tidak lepas dari makna kata-kata yang membentuk kalimat tersebut. Menurut Sekaran & Bougie (2017:109) desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi.

Dari pernyataan di atas, bahwa desain penelitian adalah kegiatan merancang untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menyajikan data secara sistematis dan objektif, dengan tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini, yaitu:

Tingkat Perumusan Masalah

Sifat dari penelitian ini adalah formal yang dikarenakan penelitian memiliki tujuan untuk menguji hipotesis dan memberikan jawaban untuk semua dari pernyataan-pernyataan yang diajukan pada penelitian ini.

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



2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah melalui peneliti menyebarkan kuesioner kepada subjek penelitian dan mengumpulkan tanggapan dari subjek penelitian.

3. Pengendalian Variabel oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan *ex post facto study*, yang berarti peneliti tidak memiliki kendali terhadap variabel, dengan kata lain peneliti tidak mampu memanipulasi variabel, sehingga peneliti hanya melaporkan kejadian yang sedang atau telah terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Karena peneliti menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan apa, dimana, siapa, kapan, kenapa, dan bagaimana atau berapa banyak. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya hubungan antara variabel satu dengan variabel yang akan diteliti, yaitu apakah terdapat pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada *Chicken Salted Egg* Pada Gerai Eatlah Jakarta.

5. Dimensi Waktu

Dimensi waktu yang dipakai adalah *cross-section*, yaitu penelitian yang dilakukan hanya sekali dan merupakan potret dari satu titik waktu pada bulan Oktober 2022 – Maret 2023. Penelitian ini hanya dilakukan satu kali dan mewakili satu titik/periode dalam waktu yang singkat.

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.



6. Cakupan Topik, Lebar, dan Dalamnya Studi

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Dalam penelitian ini dirancang untuk memperluas penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan uji statistik untuk menguji validitas dan merancang kesimpulan pada hasil pengujian sampel.

7. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dilakukan di Eatlah seluruh Jakarta. Dengan begitu data yang akan didapatkan akan banyak dan lengkap. Penelitian ini tergolong penelitian kondisi lapangan. Karena subjek dan objek dalam penelitian ini dilakukan di lingkungan nyata dan aktual.

8. Persepsi Subjek

Hasil penelitian ini sangat bergantung pada jawaban responden atau subjek penelitian. Dimana persepsi subjek akan mempengaruhi penelitian ini secara tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti harus berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian agar tidak terjadi hal-hal negatif tentang objek penelitian yang penulis teliti.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2019:126) adalah wilayah generalisasi yang terdapat dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas pada tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti, lalu dapat ditarik kesimpulannya. Di dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian dari chicken salted egg Eatlah Jakarta yang terdapat di Eatlah Hayam Wuruk, Eatlah Tanjun Duren, Eatlah Fatmawati, Eatlah

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.



Gandaria, Eatlah Kelapa Gading, Eatlah Kokas, Eatlah Plaza Indonesia, Eatlah Blok M, Eatlah Pantai Indah Kapuk, Eatlah Pasific Place, Eatlah Sunter, dan Eatlah Cipete.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini maksud dari Sugiyono (2019:133) menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yang dimana anggota dari populasi tidak mendapatkan peluang sama untuk menjadi sampel.

D. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah tempat dimana pada sebuah penelitian dilakukan. Lokasi dalam penelitian ini adalah gerai Eatlah yang berlokasi di Hayam Wuruk, Tanjung Duren, Fatmawati, Gandaria, Kelapa Gading, Kokas, Plaza Indonesia, Blok M, Pantai Indah Kapuk, Pasific Place, Sunter, dan Cipete.

E. Variabel Penelitian

Dari batasan masalah yang akan penulis teliti, ada beberapa variable yang akan digunakan untuk bahan analisis penelitian ini. Variabel yang dipakai pada penelitian ini antara lain dari 2 variabel independent (bebas) dan 1 variabel dependent (terikat). Variable pada penelitian ini, antara lain:

1. Variabel Bebas atau Independen (X)

Variabel bebas pada penelitian ini adalah *Online Customer Review (X1)* dan *Online Customer Rating (X2)*.

2. Variabel Terikat atau Dependen (Y)

Variabel terikat pada penelitian ini adalah *Kepercayaan Pelanggan (Y)*.



Tabel 3 1

Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan Pelanggan

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Online Customer Review	Memberikan informasi yang berguna dan penting untuk pembelian	Percaya pada fitur <i>online customer review</i> yang disediakan pada platform marketplace	Likert
		Memberikan <i>review</i> sesuai dengan kegunaan pada produk tersebut	Likert
		<i>Review</i> tidak menunjukkan adanya hal yang menimbulkan subjektif atau tidak bersifat netral pada produk tersebut (tidak jujur)	Likert
		Dengan adanya <i>review</i> yang tidak baik akan mempengaruhi kepercayaan terhadap Eatlah	Likert
	Bertindak sebagai pemberi rekomendasi	Percaya dengan pelanggan yang sudah memberikan ulasannya	Likert
		Semakin <i>reviewer</i> memberikan <i>review</i> secara lengkap seperti memberikan gambar, semakin percaya terhadap produk tersebut	Likert
		<i>Review</i> yang paling terbaru akan menjadi perhatian lebih pertama	Likert
		Semakin banyaknya <i>review</i> positif, maka baik reputasi produk tersebut	Likert
		Jumlah terhadap <i>review</i> jika semakin banyak, semakin menunjukkan bahwa produk tersebut populer	Likert
	Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Online Customer Rating	Layanan	Layanan yang diberikan oleh Eatlah melalui online ataupun pembelian offline sudah baik
Harga		Harga yang diberikan oleh Eatlah dapat dijangkau oleh masyarakat	Likert
Pesaing		Produk <i>chicken salted egg</i> Eatlah memiliki kualitas produk yang terbaik dibandingkan pesaing	Likert
		Citra yang dimiliki oleh tidak pernah diberikan secara negatif dibandingkan pesaing	Likert
Etika		Sikap penjual dalam menanggapi pertanyaan pelanggan	Likert
Pergantian Paksa		Eatlah tidak pernah melakukan perubahan secara mendadak hingga memaksakan untuk melakukan pembayaran yang dilakukan pembeli	Likert
Kepercayaan Pelanggan	Integritas	Pihak perusahaan menjaga hal yang sensitif yang terkait oleh pelanggan, seperti alamat rumah.	Likert

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 milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Niat baik	Tidak adanya informasi yang bocor diantara pelanggan dan pihak Eatlah	Likert
	Kemampuan	Eatlah mampu melakukan pelayanan yang terbaik hingga produk sampai ke pelanggan	Likert

F. Teknik Pengambilan Sampel

Data yang akan diperoleh dalam penelitian ini dengan cara *non-probability*. Lalu, teknik pendekatan yang digunakan untuk penelitian skripsi ini adalah *judgment sampling*, yaitu *sampling* yang pengambilan respondennya berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tertentu yang dipilih adalah orang-orang yang pernah melakukan pembelian pada produk Eatlah mau secara online ataupun secara langsung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada responden. Responden yang dipilih, yaitu masyarakat yang melakukan pembelian pada produk *chicken salted egg* Eatlah dengan sebanyak 110 responden.

G. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua teknik dalam mengumpulkan data, yaitu observasi dan komunikasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik komunikasi dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 responden yang pernah melakukan transaksi dan konsumsi pada produk Eatlah yang ada di seluruh DKI Jakarta.

Dalam teknik ini, peneliti menggunakan google form dan selebaran kertas yang akan peneliti sebar, di dalam kuesioner tersebut akan ada pertanyaan mengenai kualitas produk, citra merek, dan keputusan pelanggan pasca pembelian dan konsumsi. Pertanyaan tertutup lah yang akan digunakan dalam jenis kuesioner. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan meminta responden untuk melengkapi kuesioner dengan mengisi tingkat persetujuan terhadap



serangkaian pertanyaan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju, dalam setiap tingkat jawaban akan mendapatkan skor mulai dari 1 hingga 5.

Tabel 3 2

Pengukuran Variabel

Skala Peringkat	Score
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

H. Teknik Analisis Data

Setelah kuesioner disebar maka akan diperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner tersebut. Data-data tersebut harus diolah dalam penelitian ini, untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan. Data tersebut akan diolah dengan menggunakan software SPSS 25. Teknik analisis data digunakan untuk mengolah data yang ditemukan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2018:51), suatu kuesioner dapat dikatakan sah atau tidaknya itu melalui uji validitas. Dapat dikatakan valid jika suatu pernyataan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Rumus yang dipakai dalam penelitian ini adalah rumus korelasi Bivariat Pearson, dengan rumus ini akan mengkorelasikan masing-masing pada skor item dengan skor total.

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.



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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel x dan y

n = Jumlah responden

X = Nilai pertanyaan / item

Y = Skor total responden

Oleh karena itu, pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

Jika, r hitung $\leq r$ tabel (0.361), maka instrument tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, dengan kata lain dinyatakan tidak valid.

Jika, r hitung $\geq r$ tabel (0.361) maka instrument berkorelasi signifikan terhadap skor total, dengan kata lain dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) bahwa reliabilitas adalah skala yang mengarahkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercayakan terhadap pernyataan secara konsisten dari waktu ke waktu. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengujian itu tetap konsisten bila dilakukan sebanyak lebih dari satu kali kepada gejala yang tidak berbeda, dengan memakai alat ukur yang sama.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan bersama-sama dengan seluruh butir soal.

Jika nilai $\alpha > 0.60$, maka reliabel. Dengan demikian rumus Cronbach Alpha antar

lain:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

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.



Keterangan:

r = Koefisien reliability instrument

k = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir soal

σ_t^2 = Varians skor total

Oleh karena itu, pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah:

- i. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel, dengan kata lain tidak diterima.
- ii. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dinyatakan reliabel, dengan kata lain diterima.

3. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018) analisis deskriptif adalah analisis yang memberikan sebuah deskripsi atau gambaran dari sebuah data yang telah didapatkan dengan dengan dilihat dari segi nilai pada rata rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi).

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif alat ukur yang digunakan sebagai berikut:

a. Analisis Persentase

Analisis persentase ini digunakan untuk mengetahui bahwa jawaban terbanyak berbentuk persentase, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fi = Jumlah responden yang menjawab satu jenis pertanyaan tertentu

$\sum fi$ = Jumlah total responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



b. Rata-rata Hitung (Mean)

Rata-rata hitung adalah jumlah semua nilai pengamatan dari suatu distribusi dibagi dengan jumlah pengamatan. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = Rata-rata hitung

$\sum x$ = Jumlah data

n = Banyaknya data (sample)

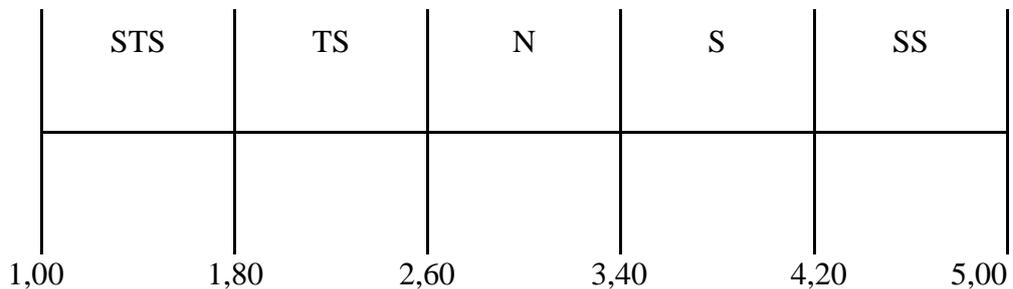
c. Skala Likert

Dalam penelitian ini memakai Skala Likert yang terdiri dari skor 1 – 5, sehingga rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Maka rentang skalanya adalah:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$



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.



4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Ghozali (2018:161) menyatakan bahwa uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah residual yang mempunyai distribusi normal. Uji normalitas dapat diuji dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria untuk menentukan apakah data residual berdistribusi normal adalah sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas < 0.05 berarti data residual berdistribusi tidak normal
- b. Jika probabilitas > 0.05 berarti data residual berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas menurut Ghozali (2018:107) adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF (Variance Inflation Factor). Kriteria untuk bebas multikolinearitas adalah nilai tolerance > 0.10 atau nilai VIF < 10 .

- (1) Jika nilai tolerance > 0.10 atau VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinearitas
- (2) Jika nilai tolerance < 0.10 atau VIF > 10 , maka terdapat multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2018:137) adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi perbedaan varians dari satu

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.



pengamatan ke pengamatan yang lain. 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. Kriteria uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

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

5. Analisis Regresi Ganda

Kegunaan dari analisis regresi ganda menurut Ghazali (2018:94) adalah untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk mengarahkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen dicontohkan sebagai random/stokastik yang berarti mempunyai distribusi probabilistik dan variabel independen/bebas dicontohkan sebagai memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\hat{y} = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

\hat{y} = Variabel Kepercayaan Pelanggan

b_0 = Konstanta

β_1 & β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel *Online Customer Review*

X_2 = Variabel *Online Customer Rating*



6. Uji Hipotesis Berganda

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Kegunaan dari uji F adalah untuk mengukur signifikansi secara simultan/bersama-sama terhadap variabel Y apakah model regresi penelitian layak atau tidak (Ghozali, 2016:96).

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Kriteria yang digunakan untuk menetapkan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

- (1) Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0,05$)
- (2) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
- (3) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97) kegunaan dari Uji t adalah untuk mengukur seberapa pengaruh pada tiap-tiap variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat atau independent. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficient pada kolom sig., dengan hipotesis sebagai berikut:

- (1) Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Kepercayaan Pelanggan.

$H_{01}: \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara *online customer review* terhadap kepercayaan pelanggan.

$H_{a1}: \beta_1 > 0$, terdapat pengaruh positif antara *online customer review* terhadap perilaku kepercayaan pelanggan.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

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.



- a. Jika $\text{sig-t} < 0.05$, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif *online customer review* terhadap perilaku kepercayaan pelanggan.
- b. Jika $\text{sig-t} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif *online customer review* terhadap perilaku kepercayaan pelanggan.

(2) Pengaruh *Online Customer Rating* terhadap Kepercayaan Pelanggan.

$H_{02}: \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara *online customer rating* terhadap kepercayaan pelanggan.

$H_{a2}: \beta_2$, terdapat pengaruh positif antara *online customer rating* terhadap kepercayaan pelanggan.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika $\text{sig-t} < 0.05$, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif *online customer rating* terhadap kepercayaan pelanggan.
- b. Jika $\text{sig-t} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif *online customer rating* terhadap kepercayaan pelanggan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2016:97) menyatakan bahwa kegunaan dari koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen terbatas untuk menjelaskan variabel dependen sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu berarti

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 independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

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

