



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti membahas metode penelitian yang dimulai dengan membahas objek penelitian. Objek penelitian merujuk pada gambaran singkat tentang aspek-aspek terkait dengan pembahasan topik peneliti. Bagian kedua mencakup desain penelitian yang menjelaskan cara dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian. Bagian ketiga berfokus pada variabel penelitian yang melibatkan penjelasan rinci tentang masing-masing variabel serta data yang digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini.

Dalam bab ini, diuraikan bagaimana peneliti mengumpulkan data, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data, cara pemilihan anggota populasi menjadi sampel, teknik analisis data yang berisi metode analisis yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian, formula statistik yang digunakan dalam perhitungan, dan penggunaan perangkat lunak komputer yang diperlukan dalam pengolahan data.

#### A. Objek Penelitian

Objek Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tokopedia. Konsumen dengan domisili di DKI Jakarta serta pernah berbelanja online di *marketplace* Tokopedia dalam kurun waktu satu tahun terakhir ditetapkan sebagai subjek penelitian.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146) Desain Penelitian merupakan suatu perencanaan berdasarkan aktivitas dan waktu yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian yang meliputi rencana awal pengumpulan, pengukuran, dan analisis data. Terdapat delapan klasifikasi dalam desain penelitian, yaitu :





## 6. Cakupan Topik

Penelitian ini merupakan penelitian studi statistik yang mempelajari cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Penelitian ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sample dan hipotesis diuji secara kuantitatif.

## 7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini menggunakan kondisi lingkungan aktual dimana subjek dan objek penelitian ada dalam kondisi dan lingkungan aktual.

## 8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Hasil penelitian sangat bergantung dengan jawaban dari subjek penelitian. Kesadaran persepsi partisipan memengaruhi hasil penelitian secara tidak langsung atau bahkan lebih jelas. Oleh karena itu, untuk menghindari persepsi negatif dari partisipan, maka peneliti wajib memberikan pengertian terlebih dahulu.

## C. Variabel Penelitian

*Online Customer Review, Online Customer Rating*, dan keputusan pembelian menjadi variabel pada penelitian ini. Adapun pengukuran yang diterapkan pada setiap variabel, yakni :

### 1. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2022:69) variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).



**C**

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 3.1**

***Online Customer Review***

*Table 1 3.1 Online Customer Review*

**Tabel 3.2**

***Online Customer Rating***

*Table 2.2 Online Customer Rating*

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
<b>Online Customer Rating</b>	<b>Jumlah Rating</b>	Banyaknya <i>Online Customer Rating</i> menjadi tolak ukur terhadap kualitas produk	<b>Likert</b>
		<i>Online Customer Rating</i> membantu mengetahui layanan yang diberikan penjual	



Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
<b>C</b> Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  <i>Online Customer Review</i>	<i>Perceived usefulness</i> (Manfaat yang dirasakan)	<i>Online Customer Review</i> pada <i>marketplace</i> Tokopedia membuat lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk	<i>Likert</i>
	<i>Source Credibility</i> (Kredibilitas Sumber)	Saya percaya pada <i>Online Customer Review</i> yang diberikan konsumen lain pada <i>marketplace</i> Tokopedia	<i>Likert</i>
	<i>Argument Quality</i> (Kualitas Argumen)	<i>Online Customer Review</i> pada produk Tokopedia memberikan saya informasi terkait kualitas produk	<i>Likert</i>
	<i>Valance</i> (Valensi)	<i>Online Customer Review</i> pada <i>marketplace</i> Tokopedia memberikan informasi yang akurat	<i>Likert</i>
	<i>Volume of Review</i> (Jumlah Ulasan)	Semakin banyak jumlah <i>Online Customer Review</i> positif, semakin baik reputasi produk tersebut	<i>Likert</i>

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.



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

Hak Cipta Diindungi 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.

		Jumlah <i>Online Customer Review</i> menunjukkan kepopuleran produk tersebut	
Penilaian Kualitas	Saya membeli produk dengan <i>Online Customer Rating</i> yang tinggi	Likert	
	<i>Online Customer Rating</i> menjadi tolak ukur terhadap kualitas produk		
	<i>Online Customer Rating</i> yang tinggi menggambarkan layanan yang baik		

## 2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2022:69), Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat.

**Tabel 3.3**

### Keputusan Pembelian

*Table 3 3.3 Keputusan Pembelian*

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
----------	-----------	------------	------------------



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

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Keputusan  
Pembelian

Pilihan Produk	Saya lebih memilih produk yang ada pada <i>marketplace</i> Tokopedia dibandingkan dengan <i>marketplace</i> lainnya	<i>Likert</i>
Pilihan Merek	Saya cenderung memilih merek yang memiliki reputasi baik pada <i>marketplace</i> Tokopedia	<i>Likert</i>
Pilihan Dealer	Harga yang ditawarkan menjadi hal yang penting bagi saya dalam memilih seller	<i>Likert</i>
	Saya cenderung memilih <i>Seller</i> yang berlokasi dekat dengan tempat tinggal saya karena saya dapat menghemat ongkos kirim	
Jumlah Pembelian	Saya membeli produk dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan atau konsumsi rutin saya	<i>Likert</i>
Waktu Pembelian	Saya membeli produk pada waktu yang memungkinkan	<i>Likert</i>

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>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> Hak Cipta Diindungi Undang-Undang		saya mendapatkan diskon atau harga yang lebih murah	
	Metode Pembayaran	Saya merasa nyaman dalam menggunakan <i>marketplace</i> Tokopedia karena metode pembayaran yang memiliki banyak variasi, sehingga sangat memudahkan saya untuk melaksanakan transaksi pembelian produk	<i>Likert</i>

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengumpulan sample untuk penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling dan pendekatan teknik dengan metode purposive sampling. Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, Menurut Sugiyono (2022:288). Karakteristik yang ditentukan dalam penelitian ini adalah konsumen dengan domisili di DKI Jakarta, serta pernah berbelanja *online* di *marketplace* Tokopedia. Sampel yang diambil harus bisa mewakili populasi pembeli *marketplace* di DKI Jakarta. Sampel penelitian yang disarankan adalah 100 sampel yang berasal dari Kuesioner dengan berisikan pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel pada penelitian ini, yaitu *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan Keputusan Pembelian.

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.



## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data unntuk penelitian ini menggunakan Metode Angket

(kuisisioner) sebagai teknik pengumpulan data melalui *Google Form*. Kuisisioner berisi pernyataan tertutup dengan pilihan alternatif jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Peneliti menyebarkan kuisisioner melalui media sosial seperti whatsapp, instagram, line, dan facebook. Menurut Sugiyono (2022:199) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien dan dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Hasil dari skor jawaban dalam kuisisioner ditetapkan dalam skala likert. Menurut Sugiyono (2022:146) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang 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 dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Penelitian ini menggunakan nilai pernyataan yang menggunakan skala likert sebagai berikut :

**Tabel 3.4**

### Skala Likert

*Table 4 3.4 Prosedur Pemilihan Sampel*

No	Jawaban	Singkatan	Bobot
----	---------	-----------	-------

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

Hasil Cipta Diliindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Netral	N	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

## F Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2018:51) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner, dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

Kriteria pengujian validitas yaitu taraf signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah 5% dengan ketentuan sebagai berikut :

(a) Jika nilai rhitung  $>$  rtabel (0.361) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

(b) Jika nilai rhitung  $<$  rtabel (0.361) maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Indikator yang valid mengindikasikan bahwa indikator benar mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian ini.

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam mengukur reliabilitas penelitian ini menggunakan Cronbach

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.



Alpha untuk memeriksa reliabilitas Suatu kuisioner dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha >0,7 maka pertanyaan/pernyataan dianggap reliabel. Sedangkan, bila koefisien Cronbach Alpha < 0,60, maka pertanyaan ataupun variabel dianggap tidak reliabel.

### 3. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022:206) analisis deskriptif merupakan deskriptif atau gambaran menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul dengan penyajian data melalui tabel, grafik, modus, median, mean (rata-rata) dan perhitungan persentase. Berikut jenis pengukuran analisis deskriptif yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu :

#### a. Profil Responden

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada para responden yang pernah melakukan pembelian Pada *Marketplace* Tokopedia. Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi dalam beberapa kategori, yaitu: jenis kelamin, usia responden dan pekerjaan responden.

#### b. Rata – Rata (Mean)

Nilai rata-rata/*mean* ialah nilai tengah yang didapat dari jumlah total nilai keseluruhan yang dibagi dengan keseluruhan data. Nilai rata-rata ini dipakai untuk mewakili keseluruhan data yang ada. Berikut rumus untuk menghitung nilai rata-rata, yaitu :

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:



$\bar{X}$  = Nilai rata-rata

xi = Data atau bobot nilai

fi = Frekuensi data

**C 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.

c. Selang Kepercayaan (*Confidence Interval*)

Selang kepercayaan adalah untuk memperkirakan kisaran nilai yang mencakup nilai sebenarnya dari parameter populasi. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$CI = \bar{x} \pm z \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Keterangan :

CI = *Confidence Interval*

$\bar{x}$  = Sampel Mean

z = Confidence Level Value

s = Sampel Standard Deviation

n = Sampel Size

d. Rentang Skala

Setelah mendapatkan nilai rata-rata, Langkah berikutnya adalah menggambarkan rentang skala agar posisi responden dapat ditentukan dengan menggunakan skor dari setiap variabel. Rentang skala yang digunakan yaitu terdiri dari angka 1 hingga 5. Dimana angka 1 berarti memiliki point terendah atau dimaknai dengan kata sangat tidak setuju. Sedangkan, angka 5 artinya angka tertinggi atau dimaknai dengan kata sangat setuju.

Berikut ini tingkatan skor pada kuesioner :

1 = Sangat Tidak Setuju



- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 4 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 4, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

STS	TS	N	S	SS
1,8	2,6	3,4	4,2	5,0

**Tabel 3.5**

**Rentang Skala**

*Table 5 3.5 Rentang Skala*

1,00 - 1,80	<b>Sangat Tidak Setuju (STS)</b>
1,81 - 2,60	<b>Tidak Setuju (TS)</b>

**© 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.



2,61 – 3,40	<b>Netral (N)</b>
3,41 – 4,20	<b>Setuju (S)</b>
4,21 – 5,00	<b>Sangat Setuju (SS)</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis antara hubungan dua variabel bebas dengan variabel tergantung. Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (Imam Ghazali, 2018:95). Dalam penelitian ini variabel model Regresi Linier Ganda ialah

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> = *Online Customer Review*

X<sub>2</sub> = *Online Customer Rating*

$\beta_0$  = Koefisien regresi variabel *online customer review*

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel *online customer rating*

$\epsilon$  = Error

##### a. Estimasi Persamaan Regresi

Persamaan regresi yang dihasilkan berupa taksiran (estimasi) dari hasil pengamatan (Imam Ghazali, 2018:95). Oleh karena itu, biasanya digunakan simbol  $\hat{Y}$  (Y dengan topi) yang menunjukkan hasil taksiran tersebut dan membedakannya dengan Y (Y tanpa topi) sebagai hasil pengamatan populasi. Berikut rumus estimasi model persamaan regresi :

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = *Online Customer Review*

X2 = *Online Customer Rating*

b0 = Konstanta

b1 = Koefisien regresi variabel *online customer review*

b2 = Koefisien regresi variabel *online customer rating*

b. Uji Asumsi Klasik

### (1) Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2018:53), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data mengikuti distribusi normal.  $\alpha$  atau alpha adalah batas kesalahan maksimal untuk dijadikan patokan peneliti. Dalam uji t dan uji f menjelaskan yakni nilai residual diikuti distribusi normal atau tidak normal dengan analisis grafik dan juga uji statistik. Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *non-parametrik Kolmogorov –*

*Smirnov (K – S)* dengan hipotesis :

(1)  $H_0$  = data residual tidak terdistribusi normal.

(2)  $H_a$  = data residual terdistribusi normal.

Dengan nilai signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ), yaitu:

(1) Bila  $p\text{-value} > \alpha (0,05)$  data termuat terdistribusi normal.

Bila  $p\text{-value} < \alpha (0,05)$  data termuat tidak terdistribusi normal.

### (2) Uji Multikolinieritas





Menurut Imam Ghozali (2018:107), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji

apakah modal regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Bila terjadi kolerasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal

adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama

dengan nol. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation

factor (VIF). Nilai cutoff yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas

yakni nilai tolerance  $Tolerance \leq 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$  begitu juga

sebaliknya bila nilai  $Tolerance > 0.10$  atau nilai  $VIF < 10$  berarti tidak terjadi

multikolinieritas.

### (3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah

dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke

pengamatan yang lain. Homoskedastisitas berarti varian residual dari satu pengamatan

ke pengamatan lain tetap. Sedangkan, heteroskedastisitas berarti varian residual dari

satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda. Heteroskedastisitas diukur dengan

kriteria utama sebagai berikut :

(a) Tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai  $sig > 5\%$ .

(b) Terjadi heteroskedastisitas jika nilai  $sig < 5\%$ .

### c. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut I Made Laut Mertha Jaya (2020:100), Uji F digunakan untuk mengetahui

kelayakan data. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah :

(a)  $H_0$  = tidak memenuhi kelayakan



(b)  $H_a$  = memenuhi kelayakan

Kriteria :

(a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

(b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Atau

(a) Jika  $p < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

(b) Jika  $p > 0,05$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

d. Uji Hipotesis Penelitian (Uji T)

Menurut I Made Laut Mertha Jaya (2020:100), Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial. Taraf signifikansi adalah 5%.

(c)  $H_0$  = tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y

(d)  $H_a$  = ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y

Kriteria :

(a) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $H_0$  diterima

(b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_a$  ditolak

Atau

(a) Jika  $p < 0,05$ , maka  $H_0$  diterima

(b) Jika  $p > 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak