



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pada bagian Metode Penelitian ini akan berisi penjelasan singkat mengenai Obyek Penelitian, Desain Penelitian, Populasi dan Sampel, Variabel Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Pengolahan Data dan Analisis Data. Berikut penjelasan metode penelitian:

A. Obyek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Harga, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan Keputusan Pembelian. Sedangkan subyek penelitian adalah pelanggan yang pernah melakukan transaksi pada toko *online* merek Buy and Sold di media sosial TikTok Shop.

B. Desain Penelitian

Menurut Hermawan dan Hariyanto (2022:31), desain penelitian adalah suatu perencanaan mengenai tata cara dalam pengumpulan maupun pengolahan sebuah data supaya dapat mencapai suatu penelitian yang sudah direncanakan sebelumnya. Desain penelitian merupakan suatu blueprint untuk memenuhi tujuan penelitian dan menjawab pertanyaan penelitian bisnis. Pada tahap memilih desain penelitian akan menimbulkan kondisi yang rumit, disebabkan dengan banyaknya ketersediaan metode, teknik, prosedur, protocol dan rencana responden (Suparmun dan Susilo, 2020:35).

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler dalam Steffen et al (2021), desain penelitian adalah perencanaan berdasarkan aktivitas, waktu, dan pertanyaan penelitian serta petunjuk untuk memlih informasi dan kerangka kerja untuk menjelaskan hubungan antara variabel. Desain penelitian yang 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dalam penelitian ini adalah metode jenis penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler dalam Steffen et al (2021), penelitian kuantitatif adalah untuk mengukur sesuatu dengan tepat dan digunakan untuk mengukur perilaku pelanggan, pengetahuan, opini, maupun sikap.

Klasifikasi desain penelitian menurut Steffen et al (2021), yaitu:

1) Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian

Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian yang dipilih adalah studi normal, bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan yang dikemukakan dalam penelitian.

2) Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, maka penelitian ini termasuk dalam studi komunikasi, karena peneliti memperoleh data melalui survey menggunakan kuesioner, dimana metode ini adalah sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang disusun oleh peneliti dan dijawab oleh responden.

3) Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Penelitian ini menggunakan *ex post facto design*, yaitu keadaan dimana peneliti tidak memiliki kendali atas variabel-variabel. Peneliti tidak mampu memanipulasi variabel, dan peneliti hanya melaporkan peristiwa yang terjadi.

4) Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif, karena dilakukan untuk menjawab siapa, apa, dimana, dan bagaimana.

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



5) Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional*, karena penelitian ini dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu.

6) Cakupan Topik

Penelitian ini termasuk studi statistik yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.

7) Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan karena data-data didapatkan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner, serta objek dan subjek dalam penelitian ini berada dalam lingkungan nyata.

8) Kesadaran Persepsi Partisipan

Persepsi subjek berpengaruh pada penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian ini. Persepsi subjek yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan.

C Populasi dan Sampel

Menurut Agustianti et al (2022:68), populasi adalah seluruh anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu atau satu set karakteristik yang sama. Menurut Dantes dalam Agustianti et al (2022:68), Sampel adalah perwakilan dari populasi tanpa mengurangi akurasi kesimpulan yang didapatkan dari penelitian terhadap suatu karakteristik atau variabel. Menurut Darmawansah (2022), pengambilan sampel dengan teknik analisis

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.



dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah sampel minimal 40 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Berdasarkan definisi populasi dan sampel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berbelanja di toko *online* merek Buy and Sold di media sosial TikTok Shop, sedangkan sampel pada penelitian ini jumlah variabel (independen + dependen) x 10, maka $4 \times 10 =$ minimal 40 orang pelanggan yang pernah berbelanja di toko *online* merek Buy and Sold di media sosial TikTok Shop. Jumlah responden yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 103 responden karena didasarkan oleh teori darmawansah, maka penelitian ini harus memiliki paling sedikit 40 responden, dan alasan peneliti menggunakan data dari 103 responden adalah agar hasil penelitian lebih baik dan lebih meluas.

D. Variabel Penelitian

Menurut Suparmun dan Susilo (2020:61), variabel adalah sinonim dari konstruk, atau property yang dilakukan kajian penelitian. Sedangkan menurut Hermawan dan Hariyanto (2022:26), variabel adalah semua faktor yang berperan dalam proses penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel Independen yang terdiri dari Harga, *Online Customer Rating*, dan *Online Customer Review*. Selain itu, variabel lain yang digunakan adalah Variabel Dependen yang terdiri dari Keputusan Pembelian. Berikut adalah penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian serta indikatornya:

A. Variabel Independen

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) **Harga**

Tabel 3.1

Indikator Harga

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Totonono Gustono Firdausyanti et al (2023)	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan oleh toko <i>online</i> merek Buy and Sold sangat terjangkau	Likert
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	Likert
	Daya Saing Harga	Harga produk yang ditawarkan bersaing dengan kompetitorinya	Likert
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat produk yang diperoleh	Likert

Sumber : Penulis

2) **Online Customer Rating**

Tabel 3.2

Indikator Online Customer Rating

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Filiari dalam Wibisono (2021)	Rating keseluruhan produk atau jasa	<i>Online customer rating</i> mempermudah saya untuk mengurangi jumlah pertimbangan produk yang ingin dibeli.	Likert
		<i>Online customer rating</i> membantu saya untuk mengenal produk	Likert
		<i>Online customer rating</i> membantu untuk mengidentifikasi produk yang sesuai dengan kebutuhan saya.	Likert
	Rating fitur produk	<i>Rating</i> fitur membantu saya untuk mempelajari performa produk	Likert
		<i>Rating</i> fitur membantu saya untuk memahami keunggulan produk	Likert

Sumber : Penulis

3) **Online Customer Review**

© 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.

Tabel 3.3

Indikator *Online Customer Review*

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	<i>Source Credibility</i>	Fitur <i>Online Customer Review</i> yang terdapat pada TikTok Shop kredibel atau dapat dipercaya.	Likert
		<i>Online Customer Review</i> yang ada dari pelanggan lain dapat dipercaya.	Likert
	<i>Argument Quality</i>	<i>Review</i> berisi poin-poin yang menuturkan kelebihan dan kekurangan dari produk objektif.	Likert
		<i>Review</i> pada toko membantu menentukan pilihan pembelian.	Likert
	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Online Customer Review</i> membuat lebih mudah untuk berbelanja atau memesan secara online	Likert
		<i>Online customer review</i> membantu mempermudah untuk mengetahui informasi tentang produk atau jasa.	Likert
	<i>Review Valance</i>	<i>Review</i> yang positif mempengaruhi pendapat terhadap produk atau jasa tersebut.	Likert
		<i>Review</i> yang bersifat negatif membuat mencari alternatif untuk membeli di tempat lain.	Likert
	<i>Quantity Of Reviews</i>	Banyaknya <i>Online Customer Review</i> pada suatu produk atau jasa mempengaruhi pandangan terhadap produk atau jasa tersebut	Likert

Sumber : Penulis

B. Variabel Dependen

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



1) Keputusan Pembelian

Tabel 3.4

Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Skala
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Keller dalam Rizki et al (2022)	Pilihan Produk	Ketika saya ingin membeli baju, saya memutuskan untuk membeli baju secara <i>online</i> .	Likert
	Pilihan Merek	Ketika saya ingin berbelanja baju secara <i>online</i> , saya memilih untuk berbelanja di toko <i>online</i> merek Buy and Sold.	Likert
	Waktu Pembelian	Toko <i>online</i> merek Buy and Sold selalu melayani disaat saya ingin melakukan kegiatan belanja <i>online</i> .	Likert
	Jumlah Pembelian	Toko <i>online</i> merek Buy and Sold selalu menyediakan jumlah stok produk yang saya butuhkan.	Likert
	Metode Pembayaran	Tersedianya alternatif metode pembayaran yang ditawarkan oleh toko <i>online</i> merek Buy and Sold.	Likert

Sumber : Penulis

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Hermawan dan Hariyanto (2022:74), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dijadikan sampel.

Jenis *non-probability sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *judgement sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan oleh kriteria atau pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan yang menjadi kriteria pada penelitian ini adalah pelanggan yang sudah berbelanja di media sosial TikTok Shop pada toko *online* Buy and Sold.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Keller dalam Rizki et al (2022)

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.



F. Teknik Pengumpulan Data

Ⓒ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *Google Form* kepada responden yang sudah pernah melakukan belanja online melalui Tik Tok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold dimana kuisisioner tersebut berisi pertanyaan mengenai pengaruh harga, *online customer rating*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian dan disusun menggunakan skala likert.

Tabel 3.5

Skala Likert

Skala Peringkat	Skor	Keterangan
Sangat Tidak Setuju	1	Respon Negatif
Tidak Setuju	2	Respon Negatif
Netral	3	Respon Netral
Setuju	4	Respon Positif
Sangat Setuju	5	Respon Positif

Sumber : Penulis

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang sudah terkumpul. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dinyatakan secara numerik dan dibantu dengan menggunakan program *Statistical Package Social Sciences (SPSS)* versi 26. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

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.



Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat mengukur variabel yang akan diukur. Untuk mengukur validitas dan realibilitas menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* untuk mengestimasi realibilitas dan validitas setiap skala (Hermawan dan Hariyanto, 2022:96). Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 26.0 dan mencakup kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator – indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masingmasing indikator itu mengindikasikan sebuah konstruk/faktor laten yang umum. Dengan kata lain bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu dalam menjelaskan sebuah fenomena yang umum (Hermawan dan Hariyanto, 2022:96). Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 26.0. Menurut Hermawan dan Hariyanto (2022:96), uji reliabilitas data mencakup kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$ maka data tersebut merupakan data yang reliabel (*reliable*)
2. Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,7$ maka data tersebut merupakan data yang tidak reliabel (*reliable*)

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 :

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

Keterangan :

\bar{x} = Rata-Rata Hitung

x_i = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah sampel

b) *Confidence Interval*

Selang kepercayaan atau confidence interval digunakan untuk mengetahui perkiraan rentang nilai yang mencakup nilai parameter populasi sebenarnya. Rumus *confidence interval* sebagai berikut:

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

Keterangan:

CI = *Confidence Interval*

\bar{x} = *Sample Mean*

z = *Confidence Level Value*

s = *Sample Standard Deviation*

n = *Sample Size*

c) Rentang Skala

© 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pengukuran data dalam penelitian kali ini menggunakan skala likert. Setiap respon atas kuisisioner 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

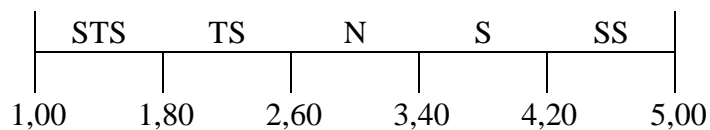
m = Skor tertinggi

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)

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.

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam Hermawan dan Hariyanto (2022:41), uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Sebaran data harus dianalisis untuk mengetahui apakah asumsi normalitas dipenuhi, sehingga data dapat diolah lebih lanjut pada path diagram. Uji normalitas dapat dilakukan dengan metode metode statistik. Pengujian yang paling mudah adalah dengan mengamati skewness value dan kurtosis. (Hermawan dan Hariyanto, 2022:98). Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji statistic non-parametrik Kolmogorov – Smirnov (K - S) dan Saphiro-Wilk menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26.0 dengan menyusun hipotesis sebagai berikut:

Jika nilai sig. > 5% (0,05), maka data residual berdistribusi normal

Jika nilai sig. < 5% (0,05), maka data residual tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam Hermawan dan Hariyanto (2022:41), uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui apakah model regresi terjadi korelasi antar variabel dependen atau independen. Model regresi





yang baik harusnya tidak terjadi korelasi. Untuk mengetahui ada/tidaknya multikolinearitas ini salah satunya dengan melihat nilai dari Variance Inflation Factor (VIF) dan *tolerance*.

Menurut Hermawan dan Hariyanto (2022:98), untuk melihat apakah data penelitian terdapat multikolinearitas (*multicollinearity*) atau (*singularity*) dalam kombinasi-kombinasi variabel, maka yang perlu diamati adalah determinan dari matriks kovarians sampelnya. Determinan yang kecil atau mendekati 0 akan mengindikasikan adanya multikolinearitas atau singularitas, sehingga data itu tidak dapat digunakan untuk penelitian.

Dalam proses pengujiannya, peneliti menggunakan SPSS 26.0 dalam melakukan pendeteksian terhadap nilai *tolerance and value inflation factor* (VIF), dimana:

Nilai *tolerance* > 0.10 dan *VIF* < 10 , berarti tidak terjadi multikolinearitas.

Nilai *tolerance* < 0.10 dan *VIF* > 10 , berarti terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali dalam Hermawan dan Hariyanto (2022:41), uji autokorelasi berfungsi untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelum dan sesudahnya. Jika terjadi korelasi, masalah tersebut disebut masalah autokorelasi. Masalah itu muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu dan saling berkaitan. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat autokorelasi.

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



Menurut Hermawan dan Hariyanto (2022:41), uji autokorelasi mempunyai kriteria sebagai berikut:

Jika nilai sig. > 5% (0,05), maka tidak terdapat autokorelasi

Jika nilai sig. < 5% (0,05), maka terdapat autokorelasi

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam Hermawan dan Hariyanto (2022:41), uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Disebut homoskedastitas jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain hasilnya tetap dan sebaliknya jika hasil berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi dikatakan baik jika mengalami homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas diketahui dengan melihat grafik plot atau uji statistik. Model regresi yang baik adalah sebagai berikut:

Ho: Nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

Ha: Nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat heteroskedastisitas.

3. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen.

Persamaan regresi linear berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$



Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$: Koefisien regresi

X1 : Harga

X2 : *Online Customer Rating*

X3 : *Online Customer Review*

e : Error

a. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS 26.0 untuk melakukan kegiatan Uji F.

Kriteria pengambilan keputusan:

H0 : Tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

H1 : Terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka tolak H0. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

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 Dilindungi Undang-Undang

2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka tidak tolak H_0 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

b. Uji t (Parsial)

Uji statistik t (parsial) digunakan untuk menunjukkan sejauh apa pengaruh satu variabel bebas atau variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat atau variabel dependen. Salah satu cara untuk melakukan uji t (parsial) adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan t- tabel.

Kriteria pengambilan keputusan sesuai dengan hipotesis:

- 1) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif antara harga dan keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.

H_1 : terdapat pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold

- a) Jika $\text{sig} < 0.05$, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- b) Jika $\text{sig} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif antara harga dan keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.
- 2) Pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif antara *online customer rating* dan keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.
 H_1 : terdapat pengaruh positif antara *online customer rating* terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold
 - a) Jika $\text{sig} < 0.05$, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *online customer rating* terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.
 - b) Jika $\text{sig} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif antara *online customer rating* terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.
- 3) Pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.

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.

H0 : Tidak terdapat pengaruh positif antara *online customer review* dan keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.

H1 : terdapat pengaruh positif antara *online customer review* terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold

- a) Jika $\text{sig} < 0.05$, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *online customer review* terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.
- b) Jika $\text{sig} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif antara *online customer review* terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas atau variabel independen dalam menerangkan variasi dari variabel terikat atau variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, atau interval antara 0 sampai 1.

- 1) Apabila nilai R^2 bernilai kecil atau mendekati 0, maka dapat diartikan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau sedikit.

- 2) Sedangkan apabila nilai R^2 bernilai besar atau mendekati angka 1, maka dapat diartikan bahwa variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

© 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.

