

BAB 3

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.1 Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah *marketplace* Shopee.

Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di *marketplace* Shopee. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden secara *online*.

3.7.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Sekaran & Bougie (2017:108) adalah untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data yang dibentuk untuk menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan Schindler (2021:78), terdapat beberapa pandangan yang membagi desain penelitian, yaitu:

a. Tingkat Perumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini termasuk penelitian studi formal yaitu penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta karena penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang digunakan sebagai alat untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian.





b. Metode Pengumpulan Data



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan metode *communication study* (studi komunikasi) yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan melalui kuesioner kepada subjek penelitian dan mengumpulkan data mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian.

c. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Berdasarkan kemampuan peneliti dalam mengendalikan variabel, penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan *ex post facto* dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel yang diteliti. Artinya, peneliti tidak mungkin untuk mengubah atau mengontrol variabel. Peneliti hanya mencatat hal-hal yang telah terjadi atau sedang terjadi.

d. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan dampak dari variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen, yang merupakan tujuan umum dalam studi kausal eksplanatori (variabel Y). Peneliti ingin menguji apakah terdapat pengaruh pengalaman konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap niat beli ulang *marketplace* Shopee.

e. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian yang dilakukan termasuk studi *cross-sectional*, yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan

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.

gambaran dari satu kejadian pada satu periode tertentu saat penyebaran kuesioner.

Cakupan Topik

Dalam hal lingkup topik, terdapat dua mengklasifikasinya, yaitu studi statistik dan studi kasus. Penelitian ini menggunakan studi statistik dengan menarik kesimpulan dari karakteristik sampel, studi statistik berusaha mewakili fitur-fitur populasi.

Kesadaran Presepsi Partisipan

Partisipan dalam penelitian ini berkisar dari mereka yang percaya bahwa tidak ada perubahan dari rutinitas sehari-hari yang biasa mereka lakukan hingga mereka yang merasa ada penyimpangan, namun tidak terkait dengan penelitian dalam hal kesadaran saat mengisi kuesioner untuk penelitian ini.

1) Kompleksitas Desain

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *single methodology design*, yaitu metode pengumpulan data melalui survei.

2) Pengukuran Teknik Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif yang berfokus pada kuantitas, frekuensi, dan besarnya suatu fenomena berdasarkan pada kualitas dari instrumen penelitian yang digunakan.

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

3.3 Populasi dan Sampel

Pengertian populasi menurut Darwin et al. (2021:23) adalah sekumpulan subyek atau obyek yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil menurut prosedur teknik sampling tertentu sehingga mampu merepresentasikan karakteristik populasinya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Shopee di DKI Jakarta. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di *marketplace* Shopee.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Menurut Darwin et al. (2021:113), *non-probability sampling* adalah peneliti tidak memberikan peluang, kesempatan, dan cara yang sama terhadap populasi dan/atau sampel. Jenis metode *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Darwin et al. (2021:115), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan kriteria, ukuran dan pertimbangan tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelum proses penelitian dilakukan.

Pengambilan sampel ditetapkan berbagai pertimbangan sebagai berikut:

- a. Responden pernah melakukan pembelian di *marketplace* Shopee.
- b. Responden berusia 17 tahun ke atas dengan pertimbangan bahwa individu berusia 17 tahun dianggap memahami setiap butir pertanyaan kuesioner.



Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:13-14) pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menentukan ukuran sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = tingkat kepercayaan pada 95% = 1.96

P = maksimal estimasi

d = alpha atau nilai sampling error

Dengan total sampel sebesar :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan Lemeshow, dalam penelitian ini didapatkan bahwa ukuran sampel adalah sebanyak 96 responden.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam melakukan penelitian ini berfokus di Jakarta Utara. Penelitian ini tergolong sebagai kondisi lapangan, dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan aktual. Data-data yang diperoleh secara langsung berasal dari responden *marketplace* Shopee.



3.5 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang akan diteliti, yaitu variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengalaman Konsumen (X1) dan Kepercayaan Konsumen (X2), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Niat Beli Ulang (Y).

Berikut adalah pengukuran yang digunakan oleh masing-masing variabel tersebut:

a. Variabel Pengalaman Konsumen

Tabel 3.1
Indikator Penelitian Pengalaman Konsumen

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Pengalaman Konsumen (Schmitt dalam Wiyata et al. 2020)	<i>Sense (Sensory Experience)</i>	Shopee memberikan kemudahan dalam mengakses.	<i>Interval</i>
		Saya merasa senang Shopee memberikan tampilan situs yang menarik.	
	<i>Feel (Emotional Experience)</i>	Shopee memberikan kesigapan dalam pelayanan	<i>Interval</i>
	<i>Think (Cognitive Experience)</i>	Shopee memberikan promosi yang menarik dibandingkan <i>marketplace</i> lain.	<i>Interval</i>
	<i>Act (Physical Experience)</i>	Saya akan mencari Shopee ketika sedang membutuhkan suatu produk.	<i>Interval</i>
	<i>Relate (Social Experiment)</i>	Saya akan merekomendasikan Shopee kepada orang lain.	<i>Interval</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KGG (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 IBIKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



b. Variabel Kepercayaan Konsumen

Tabel 3. 2
Indikator Penelitian Kepercayaan Konsumen

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Kepercayaan Konsumen (Kotler & Keller 2022)	Keyakinan (<i>Benevolence</i>)	Saya percaya bahwa Shopee akan bertanggung jawab apabila terjadi suatu permasalahan.	Interval
	Kemampuan (<i>Competence</i>)	Saya percaya bahwa Shopee memberikan keamanan dalam bertransaksi.	Interval
	Kejujuran (<i>Honesty</i>)	Saya percaya Shopee akan mengirim produk sesuai dengan ketentuan pengiriman.	Interval
	Integritas (<i>Integrity</i>)	Saya percaya bahwa Shopee dapat diandalkan ketika memberikan informasi yang dapat dipercaya atau tidak.	Interval

c. Variabel Niat Beli Ulang

Tabel 3. 3
Indikator Penelitian Niat Beli Ulang

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Niat Beli Ulang (Priansa 2017)	Niat Transaksional	Saya beniat untuk melakukan pembelian ulang di Shopee.	Interval
	Niat Referensial	Saya akan memberikan tanggapan positif agar orang lain tertarik untuk melakukan pembelian di <i>marketplace</i> Shopee.	Interval
	Niat Preferensial	Saya akan mengutamakan berbelanja di Shopee dibandingkan di <i>marketplace</i> lain	Interval
		Saya akan memilih Shopee sebagai <i>marketplace</i> unggulan.	
Niat Eksploratif	Saya akan terus mencari informasi produk yang saya butuhkan melalui Shopee.	Interval	



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.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini data yang diperoleh merupakan data primer. Menurut Darwin et al. (2021:151-152) data primer adalah jenis data yang dikumpulkan dengan cara diperoleh dari subyek/obyek penelitian atau narasumber dalam penelitian.

Penelitian ini mengumpulkan data dengan memberikan kuesioner kepada responden melalui *Google Form* dengan menggunakan pendekatan komunikasi. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup yang mengindikasikan bahwa peneliti telah menyusun pertanyaan dengan menyajikan pilihan jawaban yang sudah dipersiapkan. Kuesioner yang akan disebar menggunakan skala Likert dengan lima poin sebagaimana pada tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3. 4
Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5





3.7 Teknik Analisis Data



3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika jawaban dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mengungkapkan data yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian, validitas berguna untuk mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner sudah dibuat dengan susunan yang benar dan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam menentukan uji validitas menggunakan rumus perhitungan *Pearson Product Moment*, tarif signifikansi α sebesar 5%, maka nilai r tabel yaitu 0.361. Dengan menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

- r = koefisien korelasi
- n = jumlah responden
- X = skor pertanyaan/item
- Y = skor total responden

Kriteria keputusan:

Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan variabel dinyatakan valid.

Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan variabel dinyatakan tidak valid.

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



3.7.2 Uji Reliabilitas

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Ghozali (2018:45), reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang responden terhadap pernyataan adalah tetap atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pertanyaan

σ_t^2 = jumlah varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

Kriteria keputusan:

Jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6, maka variabel dinyatakan reliabel.

Jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6, maka variabel dinyatakan tidak reliabel.

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.



3.7.3 Analisis Deskriptif



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Skor Rata-Rata (*Mean*)

Skor rata-rata dilakukan dengan menjumlahkan nilai-nilai data sampel kemudian dibagi dengan jumlah sampel. Rumus yang digunakan adalah sebagai halaman berikut:

$$\bar{x} = \sum \frac{F_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = skor rata-rata

F_i = frekuensi pemilihan nilai

X_i = nilai skor

n = ukuran sampel

b. Analisis Persentase

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

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

Keterangan:

P = persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

$\sum f_i$ = jumlah responden

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.

f_i = banyak responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

c. Rentang Skala

Dalam pengukuran data kuesioner, peneliti menggunakan skala *likert*. Menurut Schindler (2021:271), skala *likert* adalah jenis skala penilaian yang dijumlahkan (*summated rating scales*) yang paling sering digunakan dari skala penilaian yang dijumlahkan. Pernyataan yang mengindikasikan sikap yang mendukung dan tidak mendukung tentang suatu objek yang diminati membentuk skala penilaian yang dijumlahkan. Setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut mungkin dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan partisipan.

Rumus yang digunakan dalam rentang skala adalah sebagai berikut:

$$\text{Skala} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyaknya kelas/kategori}}$$

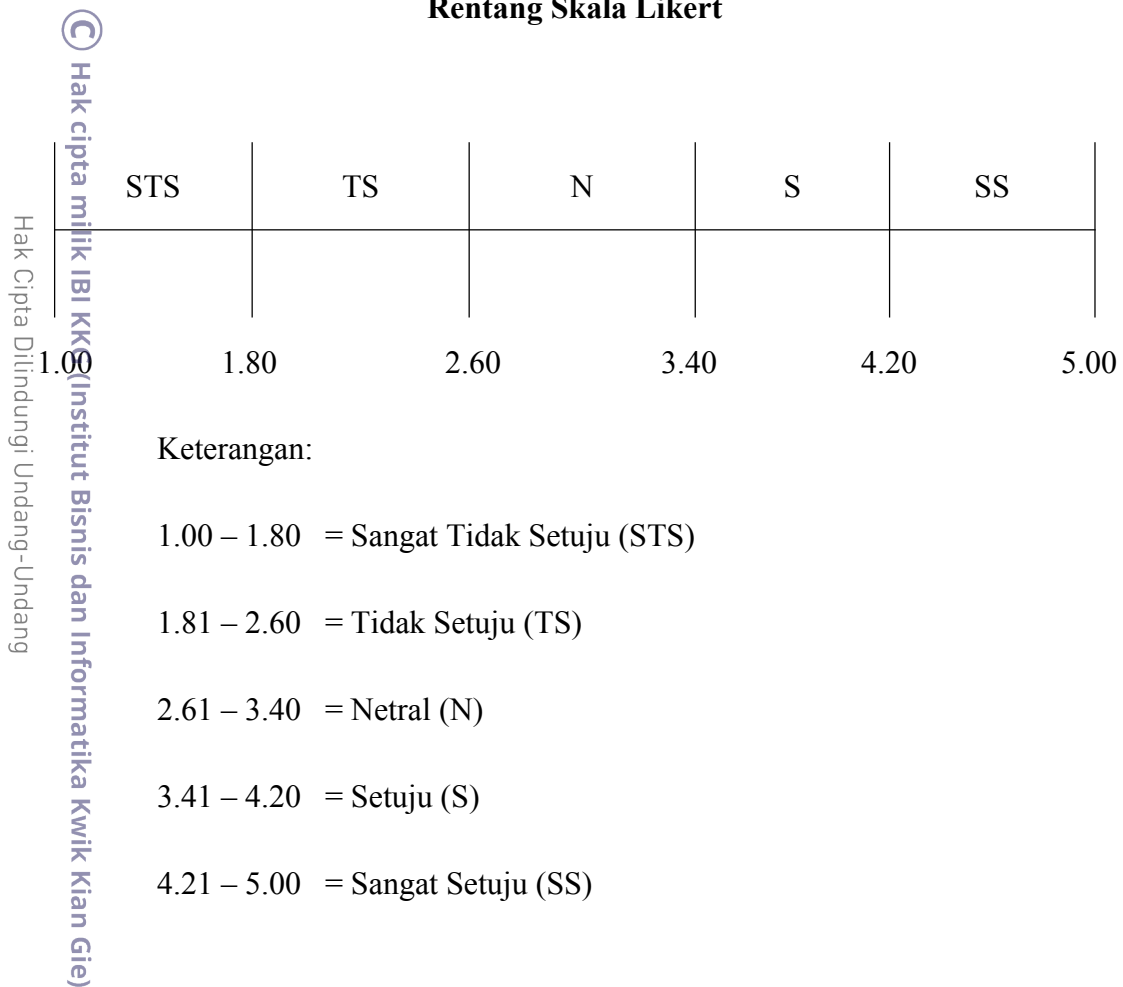
Skor penilaian tertinggi adalah 5 dan terendah adalah 1 sehingga rentang skala yang diperoleh adalah:

Keterangan:

$$\text{Skala} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$



Gambar 3.1
Rentang Skala Likert



3.7.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi yang normal. Dalam penelitian ini, peneliti menguji menggunakan pendekatan *Monte Carlo* dalam melakukan pengujian statistik non-parametrik *Kolmogorov Smirnov*, hipotesis pengujian sebagai berikut:

- 1) H_0 : data residual berdistribusi normal.
- 2) H_a : data residual tidak berdistribusi normal.



Dalam penelitian ini, Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), sehingga dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika probabilitas > 0.05 , maka data residual berdistribusi normal.
- 2) Jika probabilitas < 0.05 , maka data residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak ada korelasi antar variabel independen. Alat yang digunakan untuk menguji multikolinearitas adalah nilai *tolerance* atau VIF (*Variance Inflation Factor*), sebagai halaman berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance* ≥ 0.10 atau $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai *tolerance* ≤ 10 atau $VIF > 10$, maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Homoskedastisitas mengacu pada kesamaan varian residual dari satu pengukuran ke pengukuran berikutnya, sedangkan heteroskedastisitas mengacu pada perbedaan.



Dalam pengujian ini menggunakan uji Glejser, sebagai berikut:

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

3.4.5 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sekaran & bougie (2017:139), analisis regresi berganda merupakan teknik multivariat yang sering digunakan dalam penelitian bisnis. Analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Rumus yang digunakan dalam analisis regresi berganda sebagai halaman berikut:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- \hat{Y} = variabel niat beli ulang
- X_1 = variabel pengalaman konsumen
- X_2 = variabel kepercayaan konsumen
- β_0 = konstanta
- β_1 = koefisien regresi variabel pengalaman konsumen
- β_2 = koefisien regresi variabel kepercayaan konsumen
- e = term of error

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.7.6 Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98), uji F bertujuan untuk mengetahui apakah kelayakan model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0.05$).
- b) Jika nilai Sig. F < 0.05 , maka dapat disimpulkan model regresi layak untuk digunakan.
- c) Jika nilai Sig. F > 0.05 , maka dapat disimpulkan model regresi tidak layak untuk digunakan.

3.7.7 Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98), uji t digunakan untuk mengetahui dampak individual dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada *table coefficient*, dengan hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh Pengalaman Konsumen terhadap Niat Beli Ulang

- 1) $H_0: \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif pengalaman konsumen terhadap niat beli ulang.
- 2) $H_a: \beta_1 > 0$, terdapat pengaruh positif pengalaman konsumen terhadap niat beli ulang.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika Sig.t < 0.05 , maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat



pengaruh positif pengalaman konsumen terhadap niat beli ulang.

- 2) Jika $\text{Sig.t} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif pengalaman konsumen terhadap niat beli ulang.

b. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang

- 1) H_0 : $\beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif kepercayaan konsumen terhadap niat beli ulang.
- 2) H_a : $\beta_2 > 0$, terdapat pengaruh positif kepercayaan konsumen terhadap niat beli ulang.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $\text{Sig.t} < 0.05$, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif kepercayaan konsumen terhadap niat beli ulang.
- 2) Jika $\text{Sig.t} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif kepercayaan konsumen terhadap niat beli ulang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.7.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

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

Menurut Ghozali (2018:97), koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model menjelaskan variasi variabel terikat. Terdapat nilai 0 hingga 1 untuk koefisien determinasi. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas. Jika nilainya mendekati 1, maka variabel-variabel bebas hampir seluruhnya menjelaskan variasi 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 penuh memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

