



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian “Pengaruh *Customer Behavior* dan *Fake Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian *E-commerce* Shopee di Jakarta Utara” yang menjadi objek penelitian adalah *e-commerce* Shopee. Sedangkan untuk subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan atau *customer* yang melakukan transaksi jual beli *online* pada *e-commerce* dan memberikan ulasan atau *reviews* pada toko *online* di Shopee. Penelitian ini akan dilakukan dengan cara menyebarkan *survey* melalui *google form* di wilayah Jakarta Utara.

3.2 Desain Penelitian

Desain untuk penelitian kuantitatif adalah *preordained* atau ditentukan terlebih dahulu dan tidak dapat diadakan perubahan pada saat penelitian lapangan berlangsung. Jika perubahan desain dilakukan selama penelitian berjalan maka akan berakibat sangat fatal. Sebab hal ini akan berarti mengacaukan hubungan antara variabel-variabel yang telah dirumuskan sebelumnya. Terlebih apabila hubungan-hubungan antara variabel tersebut telah dirumuskan menjadi hipotesis-hipotesis dan jika alat ukur serta instrumen pengumpulan data telah dikembangkan dan disusun searah dengan rumusan hipotesis yang akan dibuktikan. Dengan demikian, disamping “*preordained*” maka desain penelitian kuantitatif juga bersifat “*fixed*” (Hardani et al., 2020:42). Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi (Abdullah et al., 2021:1). Kesimpulan dari desain penelitian adalah rencana atau strategi yang digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan dan menganalisis data dengan



tujuan menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis. Dalam desain penelitian terdapat berbagai persoalan, dan persoalan ini berkaitan dengan keputusan yang berhubungan dengan:

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.

3.2.1 Tujuan Studi

Tujuan studi dapat bersifat eksploratif, deskriptif, dan kausal. Dalam penelitian ini penulis menggunakan studi deskriptif dan kausal, tujuan dari penelitian ini adalah dengan menggunakan studi deskriptif untuk mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik individu, kejadian, atau situasi. Sedangkan pada studi kausal, penulis tertarik untuk menjelaskan satu atau lebih banyak faktor yang menyebabkan masalah yaitu bagaimana *customer behavior* dan *fake reviews* dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta Utara.

3.2.2 Strategi Penelitian

Dalam rangka penelitian ini, data yang dikumpulkan oleh penulis melalui penerapan strategi survei. Survei merupakan metode yang bermanfaat untuk mengumpulkan informasi dari responden yang menjelaskan, membandingkan, atau menggambarkan pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka terhadap suatu objek. Survei dilaksanakan dengan mendistribusikan kuesioner melalui *platform* elektronik, khususnya menggunakan *Google Form*.

3.2.3 Unit Analisis

Unit analisis merujuk pada objek yang menjadi fokus dalam analisis data dalam penelitian. Unit analisis dapat berupa individu, kelompok, organisasi, atau



lingkungan yang menjadi subjek penelitian. Unit analisis menentukan tingkat kesatuan data yang akan dianalisis selama proses analisis data. Dalam penelitian ini, fokus unit analisisnya adalah individu. Pilihan ini didasarkan pada kenyataan bahwa setiap individu yang berbeda berkontribusi dalam pengumpulan data, menjadi dasar bagi pemilihan individu sebagai unit analisis.

3.2.4 Horizon Waktu

Horizon waktu studi dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu studi *cross-sectional* dan studi longitudinal. Studi *cross-sectional* melibatkan pengumpulan data hanya pada satu titik waktu tertentu, yang mungkin dilakukan dalam rentang hari, minggu, atau bulan, dengan tujuan menjawab pertanyaan penelitian. Di sisi lain, studi longitudinal melibatkan pengumpulan data pada dua atau lebih titik waktu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan studi *cross-sectional*. Artinya, data dikumpulkan hanya pada satu titik waktu tertentu untuk memberikan gambaran pada saat itu terkait pertanyaan penelitian yang diajukan.

3.3 Populasi dan Sampel

Ada beberapa pengertian mengenai populasi dan sampel menurut para ahli yang diantaranya:

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019:126- 127).

- 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.



Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Sedangkan Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Abdullah et al., 2021:80).

Dari berbagai definisi yang telah disampaikan oleh para ahli mengenai populasi dan sampel, dapat disimpulkan bahwa kedua konsep tersebut menjadi landasan utama dalam proses penelitian. Populasi merujuk pada keseluruhan objek yang menjadi fokus penelitian, sedangkan sampel merupakan subset dari populasi yang diambil untuk dianalisis. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk membuat generalisasi atau kesimpulan yang lebih umum berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari sampel yang dianggap mewakili populasi. Dalam penelitian ini, penulis memutuskan untuk menggunakan sampel yang terdiri dari masyarakat dengan rentang usia 17-35 tahun yang tinggal di wilayah Jakarta Utara dan menggunakan aplikasi *e-commerce* Shopee. Pemilihan sampel ini diharapkan dapat memberikan representasi yang cukup signifikan dari populasi yang lebih besar, sehingga memudahkan penulis dalam menyusun generalisasi atau kesimpulan terkait dengan tujuan penelitian.

3.3.1 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Dalam *Probability Sampling*, setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang diperhitungkan secara matematis untuk menjadi bagian dari sampel, sehingga generalisasi dapat dibuat dengan lebih akurat. Sementara itu, *Nonprobability Sampling* tidak memberikan peluang yang terukur untuk setiap elemen, dan pemilihan sampel

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.

didasarkan pada pertimbangan praktis atau subjektif. (Sugiyono, 2019:129-131).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *probability sampling* dimana sampel merupakan seluruh pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta Utara.

Menurut Hair et al., (2017:101) jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel ditentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100-200. Maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah $30 \times 5 = 150$ sampel.

3.3.2 Manfaat Melakukan Sampling

Menurut Priadana dan Sunarsi (2021:162) terdapat manfaat dalam melakukan sampling yaitu, menghemat biaya penelitian, menghemat waktu untuk penelitian, dapat menghasilkan data yang lebih akurat, dan memperluas ruang lingkup penelitian.

Berikut penulis menjabarkan manfaat dari melakukan sampling:

a. Penghematan Biaya Penelitian

Dengan menggunakan sampling, penulis dapat mengurangi biaya secara signifikan. Pengumpulan data dari seluruh populasi seringkali memerlukan sumber daya yang besar, seperti tenaga kerja dan logistik. Dengan menggunakan sampel yang representatif, biaya dapat ditekan tanpa mengorbankan validitas hasil penelitian.

b. Menghemat Waktu Penelitian

Proses pengumpulan data dari seluruh populasi dapat memakan waktu yang sangat lama. Dengan memilih sampel yang mencerminkan karakteristik populasi, penelitian dapat diselesaikan lebih efisien, sehingga hasilnya dapat diakses dengan lebih cepat.





c. Data Lebih Akurat

Sampling yang dilakukan dengan benar dan tepat dapat menghasilkan data yang cukup akurat dan representatif dari populasi. Dengan merinci prosedur pemilihan sampel dan memastikan representativitasnya, hasil dari sampel dapat mencerminkan karakteristik keseluruhan populasi dengan baik.

d. Memperluas Ruang Lingkup Penelitian

Melalui penerapan sampling, penulis dapat fokus pada bagian tertentu dari populasi tanpa harus melibatkan seluruh populasi. Hal ini memungkinkan penelitian untuk lebih spesifik dan mendalam pada topik atau kelompok tertentu, memperluas pemahaman kita tentang suatu fenomena atau karakteristik populasi secara lebih detail.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dilakukan dalam penelitian “Pengaruh *Customer Behavior* dan *Fake Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian *E-commerce* Shopee di Jakarta Utara” adalah wilayah kota Jakarta Utara, Provinsi Jakarta. Hal ini dilakukan karena penulis sedang menetap di wilayah Jakarta Utara sehingga penempatan wilayah Jakarta Utara sebagai lokasi penelitian dapat memudahkan penulis dalam proses mencari sampel untuk penelitian.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:67). Terdapat dua

Variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel tidak bebas atau terikat (*dependent variable*). Variabel bebas (*independent variable*), adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X. Sedangkan Variabel tak bebas (*dependent variable*) adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya (Hardani et al., 2020:305-306) dan variabel tak bebas (*dependent variable*) umumnya dilambangkan dengan huruf Y. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Customer Behavior* dan *Fake Reviews*. Sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Adapun dimensi dari variabel penelitian ini akan diuraikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1

Customer Behaviour

Indikator	Butir Pernyataan	Simbol	Skala
Perbedaan Karakteristik Dari Individu (Ekawati Rahayu Ningsih, 2021:5)	1. Saya memiliki kebutuhan yang berbeda - beda dalam melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> Shopee.	CB 1	Likert
	2. Saya memiliki daya beli yang berbeda - beda	CB 2	Likert
	3. Gaya hidup saya berperan dalam keputusan pembelian pada <i>e-commerce</i> Shopee.	CB 3	Likert
Pengaruh Lingkungan (Ekawati Rahayu Ningsih, 2021:5) dan (Jeffi Putri Nugraha, et al., 2021:9)	4. Norma kemasyarakatan sekitar saya dapat memengaruhi keputusan pembelian pada <i>e-commerce</i> Shopee.	CB 4	Likert
	5. Harta yang saya miliki dapat memengaruhi keputusan pembelian pada <i>e-commerce</i> Shopee.	CB 5	Likert
	6. Teman maupun keluarga saya dapat memengaruhi keputusan pembelian saya pada <i>e-commerce</i> Shopee.	CB 6	Likert
	7. Peran dan status dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya pada <i>e-commerce</i> Shopee.	CB 7	Likert

Faktor Pribadi (Jefri Putri Nugraha, et al., 2021:9)	8. Usia saya dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya pada <i>e-commerce</i> Shopee.	CB 8	Likert
	9. Pekerjaan saya dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya pada <i>e-commerce</i> Shopee.	CB 9	Likert
	10. Kepribadian saya dapat mempengaruhi perilaku pembelian pada <i>e-commerce</i> Shopee.	CB 10	Likert

Sumber: Ningsih, 2021:5 dan Jefri Putri Nugraha, et al., 2021:9

Tabel 3.2

Fake Reviews

Indikator	Butir Pernyataan	Simbol	Skala
Konten Non-Ulasan (Non-review Content)	1. Ulasan kosong atau tanpa keterangan apapun dapat perbengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.	FR 1	Likert
	2. Ulasan yang tidak sesuai dengan produk yang dijual dapat perbengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.	FR 2	Likert
Konten Iklan (Advertising Content)	3. Terdapat konten iklan pada ulasan di <i>e-commerce</i> Shopee dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya.	FR 3	Likert
	4. Terdapat iklan suatu website yang tidak berkaitan dengan ulasan dapat perbengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.	FR 4	Likert
	5. Konten iklan pada ulasan di <i>e-commerce</i> Shopee dan di tulis secara berulang-ulang dapat perbengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.	FR 5	Likert
Promosi Tak Tahu Malu (Shameless Promotion)	6. Terdapat ulasan yang diduplikasi terkait evaluasi produk tertentu pada <i>e-commerce</i> Shopee dapat perbengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.	FR 6	Likert
	7. Terdapat ulasan yang dipalsukan terkait evaluasi produk tertentu pada <i>e-commerce</i> Shopee dapat perbengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.	FR 7	Likert
Fitnah Berbahaya (Malicious Slander)	8. Terdapat ulasan yang merendahkan produk pesaing dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya pada <i>e-commerce</i> Shopee.	FR 8	Likert
	9. Terdapat banyak ulasan yang dirasa berasal dari kompetitor dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya pada <i>e-commerce</i> Shopee.	FR 9	Likert



<p>10. Terdapat banyak ulasan yang dirasa terlalu mebesar-besarkan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya pada <i>e-commerce</i> Shopee.</p>	FR 10	Likert
--	-------	--------

Sumber: Wingate, 2019:136

Tabel 3.3

Keputusan Pembelian

Indikator	Butir Pernyataan	Simbol	Skala
Akses yang Mudah	1. Aplikasi <i>e-commerce</i> Shopee mudah untuk diakses.	KP 1	Likert
	2. Aplikasi <i>e-commerce</i> Shopee dapat diakses pada berbagai <i>platform</i> .	KP 2	Likert
Tampilan Toko dan Produk	3. Tampilan toko pada <i>e-commerce</i> Shopee sangat menarik.	KP 3	Likert
	4. Produk-produk pada <i>e-commerce</i> Shopee sangat menarik.	KP 4	Likert
Informasi, Ketersediaan, dan Kualitas Produk	5. Informasi mengenai produk-produk pada <i>e-commerce</i> Shopee sangat lengkap.	KP 5	Likert
	6. Kualitas produk yang dijual pada <i>e-commerce</i> Shopee sangat baik.	KP 6	Likert
Harga yang Terjangkau	7. Harga produk yang dijual pada <i>e-commerce</i> Shopee sangat terjangkau.	KP 7	Likert
	8. Dibandingkan aplikasi <i>e-commerce</i> lain, produk pada <i>e-commerce</i> Shopee memiliki harga lebih murah.	KP 8	Likert
Promosi yang Menarik	9. Promosi <i>e-commerce</i> Shopee sangat menarik.	KP 9	Likert
	10. Dibandingkan aplikasi <i>e-commerce</i> lain, promo pada <i>e-commerce</i> Shopee lebih menarik.	KP 10	Likert

Sumber: Adrian et al., 2022:114-116

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang memberikan informasi langsung kepada pengumpul data, sementara sumber sekunder



adalah sumber yang tidak memberikan data langsung kepada pengumpul data, melainkan melalui perantara seperti orang lain atau dokumen. Selain itu, dari perspektif teknik pengumpulan data, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan, antara lain interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), atau kombinasi dari ketiganya. (Sugiyono, 2019:194).

Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan teknik pengumpulan data primer dengan mendistribusikan kuesioner atau angket melalui bantuan teknologi internet, khususnya menggunakan *Google Form*, kepada masyarakat di wilayah Jakarta Utara yang menggunakan aplikasi *e-commerce* Shopee. Kuesioner yang disusun terdiri dari pertanyaan tertutup yang menggunakan skala Likert sebagai metode pengukuran respons. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau pendapat responden terhadap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2019:199). Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *customer behavior* dan *fake reviews* terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta Utara.

3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk melihat ukuran suatu instrumen memiliki tingkat kevalidan. apabila suatu instrumen memiliki tingkat validitas tinggi maka data tersebut dinilai valid dan dapat dianggap mewakili variabel yang diukur sesuai yang diinginkan oleh sang peneliti, sedangkan apabila nilai validitas rendah maka instrumen tersebut masih belum valid, instrumen



tersebut kurang mewakili variabel yang diteliti (Zahriyah et al., 2021:114-115). Kriteria uji validitas menurut Sugiyono (2019:175-176), adalah hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dengan aplikasi menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Besarnya Korelasi
- n = Jumlah Sampel
- x = Skor Tiap Pertanyaan
- y = Skor Total yang Diperoleh

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen adalah dengan mengkonsultasikan r_{xy} dengan tabel r dengan ketentuan taraf signifikan sebesar 5%. Jika didapatkan r_{xy} hitung $> r$ tabel, maka butir instrumen tersebut dapat dinyatakan valid, akan tetapi apabila r_{xy} hitung $< r$ tabel, maka butir instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui apakah suatu data memiliki konsistensi atau keteraturan dari hasil pengukuran. Hal ini dilakukan untuk mengetahui instrumen tersebut layak atau tidak digunakan sebagai alat ukur kepada responden (Zahriyah et al., 2021:109). Menurut Sugiyono (2019:175),

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.

hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* > 0,7 atau 70% (Zahriyah et al., 2021:109).

$$r_{11} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai Reliabilitas

k = Banyak Butir Pertanyaan

$\sum Si$ = Jumlah Varian Skor Tiap-tiap *Item*

St^2 = Varian Total

3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif

a. Rata-Rata Hitung (*Mean*)

Nilai dari rata - rata hitung diperoleh dari penjumlahan nilai yang diamati dalam suatu distribusi kemudian dibagi dengan jumlah data pengamatan. Rumus rata-rata hitung adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

\bar{X} = Rata-rata Hitung

Xi = Nilai Data yang Diamati

n = Jumlah Data Pengamatan

b. Analisis Persentase

Analisis persentase dilakukan dengan tujuan mengetahui



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 jawaban terbanyak dalam bentuk persentase. Rumus yang diaplikasikan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

P = persentase dari responden

f_i = Jumlah responden kategori tertentu

$\sum f_i$ = jumlah responden

c. Skala Likert

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 (Sugiyono, 2019:146). Menurut Aunillah (2020:24), penggunaan skala likert variabel yang ukur dijadikan sebuah indikator untuk titik tolak guna menyusun pernyataan atau pertanyaan. Jawaban yang disusun memiliki gradasi dari item sangat positif atau berupa kata-kata lain diantaranya:

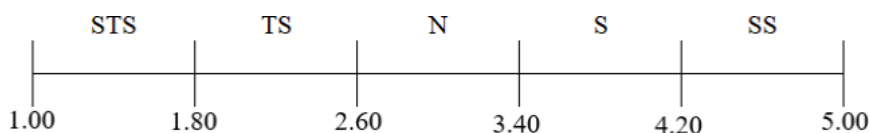
- 1) Sangat setuju, setuju, rata-rata, tidak setuju, sangat tidak setuju
- 2) Selalu, sering, kadang-kadang, tidak pernah
- 3) Sangat positif, positif, *negative*, sangat *negative*
- 4) Sangat baik, baik, tidak baik, sangat tidak baik

Data yang digunakan untuk kepentingan menganalisis data kuantitatif jawaban diatas dapat diberi skor, sebagai contoh:

- a. Sangat setuju/selalu/positif memiliki skor (5)
- b. Setuju/sering/positif memiliki skor (4)

- c. Kadang-kadanga/ragu-ragu/netral memiliki skor (3)
- d. Tidak setuju/ hampir tidak pernah/ negative memiliki skor (2)
- e. Sangat tidak setuju/tidak pernah memiliki skor (1)

Gambar 3.1
Skala Likert



3.7.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji dimana untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak. Sebuah data dikatakan terdistribusi normal jika nilai residualnya terstandarisasi sebagian besar mendekati rata-ratanya. Residual yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan kurva akan berbentuk lonceng. Jadi uji normalitas itu dapat dilakukan hanya untuk data *multivariate* (Zahriyah et al., 2021:70).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu (Zahriyah et al., 2021:89).

c. Uji Multikolinearitas

Salah satu asumsi dari regresi berganda dalam metode OLS (*Ordinary Least Square*) adalah tidak ada hubungan linier antar variabel-variabel independen. Jika antar variabel-variabel independen dalam satu regresi terdapat hubungan linier maka hal itu disebut dengan Multikolinieritas (Zahriyah et al., 2021:82).

3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variabel estimator atau variabel independen terhadap satu variabel terikat atau variabel dependen atau variabel (Zahriyah et al., 2021:62). Dengan rumus ekonometrika sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel Terikat / *Dependent*

X₁ dan X₂ = Variabel Bebas / *Independent*

α = Konstanta / Kemiringan *Slope*

β₁, β₂ = Koefisien

e = *Error Term*

3.7.5 Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel



independen secara parsial (Nihayah, 2019:25).

c. Uji Anova atau Uji Varian (Uji f)

Uji f digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. (Purnomo, 2016:169)

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi dapat digunakan untuk menghitung proporsi variasi variabel Y yang dijelaskan oleh variabel-variabel independen X1 dan X2 dalam regresi linier dengan dua variabel independen (Suyono, 2015:141).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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.