

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan teknik penelitian deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini. Menurut (Sujarweni, 2020:12) Penelitian kuantitatif deskriptif adalah metodologi yang digunakan untuk mendeskripsikan atau meringkas suatu fenomena melalui pengumpulan dan analisis data numerik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran statistik populasi atau sampel dengan menggunakan pengukuran seperti frekuensi, persentase, rata-rata, dan standar deviasi. Ini biasanya digunakan dalam bidang-bidang seperti ilmu sosial, riset pemasaran, dan psikologi untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan topik atau fenomena tertentu. Jenis penelitian ini dapat dilakukan melalui berbagai metode, antara lain survei, kuesioner, dan studi observasional.

#### **3.2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi yang dilakukan atas penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang merupakan reproduksi atau perluasan dari penyelidikan sebelumnya dengan tujuan menguatkan atau meniadakan hasilnya. Jenis penelitian ini memerlukan penggunaan desain, teknik, dan protokol penelitian yang sama dengan penelitian asli untuk menentukan apakah hasilnya

dapat direplikasi atau jika hasilnya dapat bertahan dalam situasi yang berbeda atau di antara populasi yang beragam (Ahyar *et al.*, 2020).

Pentingnya penelitian replikasi dalam penelitian ilmiah penting karena membantu dalam memvalidasi dan memastikan konsistensi dan ketergantungan penemuan sebelumnya, memungkinkan peneliti untuk mengkonfirmasi atau menyangkal hasil sebelumnya. Selain itu, ini memungkinkan untuk mengidentifikasi keterbatasan atau kekurangan dalam desain penelitian atau metodologi penelitian asli sementara juga menguraikan batas-batas dan generalisasi hasil. Penelitian berulang juga dapat menawarkan wawasan dan penemuan baru dengan memperluas pekerjaan sebelumnya dan meletakkan dasar untuk pemeriksaan lebih lanjut.

### **3.3. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian**

#### **3.3.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian memiliki pengertian sebagai lokasi/wilayah/ataupun tempat dan alamat yang spesifik didalam melakukan analisa atau meneliti permasalahan yang menyangkut tempat tersebut. Penelitian ini dilakukan di Kota Batam.

#### **3.3.2. Jadwal Penelitian**

Penelitian ini dijadwalkan untuk dimulai dengan penginputan judul pada Maret 2023 hingga penguploadan jurnal padabulan Agustus 2023. Jadwal penelitian pada penelitian ini ialah.

**Tabel 3.1** Jadwal Penelitian

No	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan																											
		Maret 2023				April 2023				Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023				Agustus 2023							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Penyerahan serta Input judul			■																									
2.	Penuntasan Proposal serta Revisi				■	■	■	■	■	■	■	■	■																
3.	Pembuatan serta Sebar Kuesioner													■	■	■	■												
4.	Pengumpulan dan olah data																	■	■	■	■								

Sumber : Peneliti, 2023

### 3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian

#### 3.4.1. Populasi

Dalam penelitian, istilah populasi berkaitan dengan sekelompok individu, objek, atau kejadian yang memiliki satu atau lebih karakteristik yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Populasi adalah kelompok yang ingin diteliti oleh peneliti dan mewakili seluruh kelompok yang akan menjadi sasaran hasil penelitian (Olonite, 2022), Dalam penelitian ini, populasinya terdiri dari pengguna Tokopedia di Kota Batam.

#### 3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang lebih besar yang terdiri dari individu, objek, atau peristiwa yang telah dipilih oleh seorang peneliti untuk dipelajari. Pemilihan sampel adalah komponen penting dari penelitian karena memungkinkan peneliti untuk membuat kesimpulan tentang populasi yang

diminati sambil menghindari ketidakpraktisan atau ketidaklayakan mempelajari seluruh populasi. Dengan kata lain, sampel adalah representasi dari populasi yang lebih besar, dan dengan mempelajari sampel, peneliti dapat memperoleh data yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang akurat dan dapat diandalkan tentang populasi tersebut. (Sugiarto, 2017:104). Karena jumlah dari populasi yang tidak bisa ditentukan, maka penelitian ini mempergunakan rumus Lemeshow untuk dapat menentukan jumlah dari sampel yang digunakan.

$$n = \frac{z^2 x p(1 - p)}{d^2}$$

**Rumus 3.1** Rumus Lemeshow  
**Sumber:** (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

n = total sampel

z = skor z kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) ataupun sampling error =10%

melalui rumus diatas, hingga total sampel yang hendak ditetapkan adalah:

$$n = z^2 \cdot p \cdot (1-p)$$

$$n = 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Setelah melalui perhitungan, besar sampel didapatkan dengan yaitu 100 sampel, kriteria sampel ditentukan oleh pengguna e-commerce Tokopedia yang

bertempat tinggal di Kota Batam dan telah melakukan pembelian minimal sekali di tahun 2023.

### **3.5. Sumber Data**

Sumber data dalam studi ini berupa :

#### **3.5.1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer mengacu pada data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk proyek penelitian tertentu secara langsung. Data ini asli dan belum pernah dikumpulkan atau dipublikasikan oleh pihak lain. Sumber data primer sangat berharga karena memberi peneliti pemahaman langsung dan langsung tentang fenomena yang dipelajari (Ahyar *et al.*, 2020). Contoh sumber data primer antara lain Questioner, wawancara, observasi, eksperimen, dan studi kasus.

1. Questioner

Questioner melibatkan mengajukan serangkaian pertanyaan standar kepada sekelompok individu untuk mengumpulkan informasi tentang sikap, pendapat, atau perilaku mereka.

2. Wawancara

Wawancara melibatkan percakapan dengan individu atau kelompok individu untuk mengumpulkan informasi tentang pengalaman, keyakinan, atau perspektif mereka.

3. Observasi

Observasi melibatkan kegiatan memperhatikan dan merekam perilaku atau kegiatan individu atau kelompok individu untuk mengumpulkan informasi tentang tindakan atau interaksi mereka.

#### 4. Eksperimen

Eksperimen melibatkan manipulasi satu atau lebih variabel dan mengukur efek pada variabel dependen untuk mengumpulkan informasi tentang hubungan sebab-akibat. Studi kasus melibatkan penyelidikan mendalam terhadap individu, kelompok, atau peristiwa tertentu untuk mengumpulkan informasi terperinci tentang pengalaman atau karakteristik sampel.

Dalam Penelitian ini, sumber data primer yang digunakan merupakan questioner, yaitu dengan merangkai pernyataan berdasarkan indikator dari variabel penelitian dan melalui perantara *google form*.

#### **3.5.2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder mengacu pada data yang sebelumnya telah dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan yang berbeda, tetapi digunakan oleh peneliti untuk acuan atau sitasi penelitian tertentu. Penggunaan sumber data sekunder dalam penelitian dapat melengkapi data primer atau digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang tidak dapat dijawab melalui pengumpulan data primer (Ahyyar *et al.*, 2020).

##### 1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka, yaitu buku, artikel jurnal, dan laporan, dapat memberikan informasi dan data yang relevan terkait dengan penelitian.

##### 2. Data pemerintah

Instansi pemerintah sering mengumpulkan dan menerbitkan data tentang berbagai masalah sosial, ekonomi, dan kesehatan.

### 3. *Database online*

*Database online*, seperti data sensus atau catatan kesehatan, dapat menyediakan sejumlah besar data yang dapat dianalisis untuk tujuan penelitian.

### 4. Media sosial

Platform media sosial dan forum online dapat memberikan wawasan tentang sikap dan perilaku individu pada topik tertentu.

Dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang digunakan ialah kajian pustaka melingkupi Buku dan penelitian terdahulu.

## **3.6. Metode Pengumpulan Data**

### **3.6.1. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian dengan pendekatan survei dalam bentuk kuesioner digunakan. Menurut (Sugiarto, 2017:88) Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang topik tertentu, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan atau petunjuk yang diberikan kepada individu. Dalam penelitian, kuesioner sering digunakan untuk mengumpulkan data primer dari sampel peserta. Kuesioner dapat diformat dalam berbagai cara, termasuk pertanyaan terbuka, pertanyaan tertutup, skala peringkat, dan skala likert, tergantung pada pertanyaan penelitian dan jenis data yang dibutuhkan. Rancangan dan ungkapan pertanyaan

sangat penting untuk memastikan bahwa peserta memahami pertanyaan dan memberikan tanggapan yang akurat dan dapat diandalkan.

Penelitian ini datanya diperoleh dengan melakukan penyebaran kuisisioner yang tersusun atas pernyataan yang diberikan pada pengguna yang melakukan pembelian di Tokopedia dan bertempat tinggal di Kota Batam.

### 3.6.2. Alat Pengumpulan Data

Skala Likert adalah jenis skala peringkat yang umum digunakan dalam penelitian sosial yang bertujuan untuk mengukur sikap atau pendapat individu terhadap topik tertentu. Biasanya melibatkan serangkaian pernyataan atau item yang mengungkapkan pendapat atau keyakinan, disertai dengan serangkaian pilihan jawaban mulai dari "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju". Skala Likert adalah alat yang banyak digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat subyektif dengan cara yang terstandarisasi dan sistematis, memungkinkan peneliti untuk menganalisis dan membandingkan data antar individu dan kelompok yang berbeda. Skala Likert memiliki lima kemungkinan skor dan subskala berikut:

**Tabel 3.2** Skala Likert

No	Keterangan Jawaban	Nilai/Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

**Sumber :** (Sugiyono, 2018)

### 3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian



Peneliti memilih variabel penelitian berdasarkan karakteristik objek penelitian atau kesimpulan serta informasi yang dibutuhkan untuk mengisi variabel tersebut. Variabel adalah anggota kelompok yang dipelajari, dan ada perbedaan antara anggota kelompok secara keseluruhan. (Sugiarto, 2017:220)

### **3.7.1. Variabel Bebas (Indenden)**

Menurut (Sugiarto, 2017:221) Variabel independen adalah variabel-variabel yang mempengaruhi bagaimana variabel dependen berubah (independen). Variabel bebas adalah unsur-unsur yang berdampak pada bagaimana variabel terikat berubah.

#### **3.7.1.1. Promosi**

Promosi adalah teknik pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan minat, kesadaran, dan permintaan akan suatu produk atau jasa. Ini adalah alat komunikasi yang membujuk dan memotivasi audiens target untuk melakukan pembelian atau mengambil tindakan tertentu (Firli Musfar, 2020).

#### **3.7.1.2. Online Customer Review**

*Online customer review* adalah evaluasi produk atau layanan yang ditulis oleh pelanggan yang telah membeli atau mengalaminya. Ulasan ini dapat ditemukan di berbagai platform online seperti situs web *e-commerce*, platform media sosial, situs ulasan, atau forum online (Mahzila *et al.*, 2020).

#### **3.7.1.3. Online Customer Review**

*Rating* adalah metrik yang umum digunakan untuk mengevaluasi kualitas, kinerja, atau kepuasan keseluruhan dari suatu produk, layanan, atau pengalaman.

Biasanya direpresentasikan sebagai skor numerik atau skala yang berkisar dari skor rendah hingga skor tinggi, dan dapat disertai dengan komentar atau umpan balik tertulis (Mahzila *et al.*, 2020).

### 3.7.2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel Variabel terikat adalah variabel yang mempengaruhi perubahan variabel bebas. (Wiratna.v Sujarweni, 2020: 113)

### 3.7.3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia (Firmansyah, 2019).

**Tabel 3.3** Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	Promosi (X1)	Promosi adalah teknik pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan minat, kesadaran, dan permintaan akan suatu produk atau jasa	1. Kode Diskon dan Kupon 2. Pengiriman Gratis 3. Flash Sale 4. Promo Eksklusif 5. Pemasaran Afiliasi 6. Analisis Data Preferensi Pengguna	Skala Likert
2	<i>Online customer review</i> (X2)	<i>Online customer review</i> adalah evaluasi produk atau layanan yang ditulis oleh pelanggan yang telah membeli atau mengalaminya	1. Ulasan Tertulis 2. Verifikasi Pelanggan 3. Konten Buatan Pengguna 4. Moderasi Ulasan 5. Insentif Ulasan	Skala Likert
3	<i>Online customer rating</i> (X3)	<i>Rating</i> adalah metrik yang umum digunakan untuk mengevaluasi	1. Peringkat Bintang 2. Analisis Ulasan 3. Produk Populer 4. Bagian Ulasan	Skala Likert

		kualitas, kinerja, atau kepuasan keseluruhan dari suatu produk, layanan, atau pengalaman.	5. Filter Ulasan 6. Tanggapan dari Penjual	
3	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia (Firmansyah, 2019)	1. Informasi Produk 2. Ulasan dan Peringkat pengguna 3. Kemudahan Navigasi 4. Keamanan dan Privasi 5. Diskon dan Promosi	Skala Likert

**Sumber:** Peneliti (2023)

### 3.8. Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2018) Analisis yang menggambarkan atau mendeskripsikan data tersebut dikenal sebagai analisis deskriptif. Dengan mendefinisikan data dalam berbagai cara, analisis ini digunakan untuk sepenuhnya mengkarakterisasi informasi yang mungkin berasal dari data.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

**Rumus 3.2** Rentang Skala

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Besaran Sampel

m = Besaran alternative jawaban tiap item

$$RS = \frac{100 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Berdasarkan perhitungan, dapat ditentukan dengan menggunakan ukuran sampel 100, dengan 5 kemungkinan pilihan untuk setiap item. Temuan RS (*Scale Range*) ditetapkan menjadi 80. Dari hasil perhitungan rumus rentang skala, berikut Tabel untuk menampilkan hasilnya.

**Tabel 3.4** Rentang Skala

No.	Pernyataan	Skor Positif
1	100 - 180	Sangat Tidak Setuju
2	181 - 261	Tidak Setuju
3	262 - 342	Netral
4	343 - 423	Setuju
5	424 - 500	Sangat Setuju

**Sumber :** Peneliti 2022

### 3.8.2. Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah komponen penting dari setiap studi penelitian. Mereka dirancang untuk mengevaluasi keakuratan dan kredibilitas hasil yang diperoleh, dan untuk menentukan apakah penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pada dasarnya, uji validitas adalah cara untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dalam sebuah penelitian valid dan dapat diandalkan, dan bahwa temuannya kredibel dan dapat digunakan untuk membuat keputusan atau rekomendasi yang tepat, penting bagi peneliti untuk melakukan uji validitas

sebagai bagian dari proses penelitian mereka, untuk memastikan bahwa temuan mereka kredibel dan dapat diterima (Sugiyono, 2018:331) .

Suatu nilai-n item dianggap valid jika dianggap dapat mengukur konstruk atau konsep yang ingin diukur secara akurat. Hal ini dapat dinilai melalui berbagai metode, seperti uji koefisien korelasi, yang mengukur kekuatan hubungan antara item dan skor tes secara keseluruhan. Koefisien korelasi minimal 0,05 dianggap signifikan, menunjukkan bahwa item tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur dan dengan demikian dianggap valid. Uji Validitas juga didapatkan ketika membandingkan r hitung dan r Tabel, jika r hitung besar dari r Tabel maka data penelitian bersifat valid:

Rumus yang digunakan untuk uji validitas menggunakan Korelasi *Product*

*Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut :

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

**rumus 3.3** Rumus Uji Validitas

**Sumber** (Muzakki & Hakim, 2020:3)

Keterangan :

rx<sub>y</sub> = Skor keseluruhan subjek item

x = total skor yang didapatkan dari keseluruhan item

y = Jumlah sampel

N = Koefisien korelasi

Dengan melakukan bandingan rx<sub>y</sub> (rhitung) terhadap besaran r hitung dengan taraf signifikan 5% dan derajat bebas (df) = n-2, maka dilakukan uji validitas, yaitu:

1. Ketika rhitung positif dan rhitung melebihi rTabel, suatu variabel dianggap valid.
2. Ketika rhitung negatif dan rhitung kurang dari rTabel, suatu variabel dianggap tidak valid.

### **3.8.3. Uji Reliabilitas Data**

Uji reliabilitas merupakan aspek penting dari penelitian yang melibatkan pengukuran konsistensi dan stabilitas instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dari partisipan dalam sebuah penelitian. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk memastikan bahwa instrumen penelitian, seperti survei, kuesioner, atau alat ukur lainnya, menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil di berbagai cara atau dengan sampel yang berbeda. Uji reliabilitas membantu untuk menentukan apakah instrumen penelitian dapat diandalkan untuk mengukur konstruk atau variabel yang diteliti secara akurat, dan apakah hasil yang diperoleh dari penelitian dapat dianggap dapat diandalkan dan dapat dipercaya. Reliabilitas adalah aspek penting dari penelitian, karena membantu meminimalkan efek kesalahan acak dan memastikan bahwa data yang dikumpulkan konsisten dan dapat diandalkan (W Sujarweni, 2019: 132).

Pertanyaan angket dapat dikatakan dapat diandalkan (*reliable*) jika cronbach alpha  $> 0.60$  dan tidak reliabel (tidak dapat diandalkan) jika cronbach alpha  $0.60$  apabila data diolah dengan menggunakan software komputer yaitu SPSS.

### **3.8.4. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk memeriksa apakah asumsi dasar normalitas, homogenitas varians, dan independensi terpenuhi dalam kumpulan data. Asumsi ini termasuk uji-t, ANOVA, dan analisis regresi. Dalam inferensi statistik, dengan tidak melakukan uji asumsi ini dapat menghasilkan kesimpulan yang salah, mengurangi validitas dan akurasi analisis statistik. Oleh karena itu, dengan menjalankan uji asumsi klasik, peneliti dapat mengidentifikasi pelanggaran asumsi ini dan mengambil tindakan korektif, seperti mengubah data atau memilih uji statistik yang berbeda, untuk memastikan hasil penelitian yang sah. (W Sujarweni, 2019: 149).

#### **3.8.4.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah suatu dataset terdistribusi secara normal, yang diwakili oleh kurva berbentuk lonceng. Distribusi ini sangat penting dalam beberapa analisis statistik karena berbagai uji statistik mengasumsikan bahwa data mengikuti distribusi normal. Hasil yang tidak akurat dan kesimpulan yang salah dapat terjadi jika data tidak mengikuti distribusi normal, menekankan pentingnya uji normalitas dalam menentukan reliabilitas inferensi statistik. Uji Kolomgorov-Sminrov (K-S) dan P-P Plot adalah dua metode yang digunakan dalam uji normalitas. (Kurniawan, 2019: 149)

Putusan dapat diambil bilamana uji normalitas berada pada kriteria:

1. Besaran nilai signifikansi di atas 0,5 (Sig.) > 0,05 maka mempertunjukkan bahwa penelitian ini distribusinya normal.

2. nilai signifikansi 0,5 (Sig.) < 0,05 maka mempertunjukkan bahwa penelitian ini distribusinya tidaklah normal

#### **3.8.4.2. Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas adalah fenomena statistik yang mungkin muncul dalam analisis regresi ketika dua atau lebih variabel prediktor berkorelasi tinggi satu sama lain. Tes multikolinearitas digunakan dalam makalah penelitian untuk mengidentifikasi dan menilai besarnya multikolinearitas antara variabel prediktor.

Dua metode umum yang digunakan untuk mengukur derajat multikolinearitas adalah *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Toleransi. VIF menghitung rasio varian dari masing-masing variabel prediktor dalam model penuh terhadap varian dari variabel prediktor yang tidak ada dalam model. Nilai VIF di atas 10 menunjukkan adanya multikolinearitas. Toleransi, yang merupakan kebalikan dari VIF, mengukur proporsi varian dalam suatu variabel prediktor yang tidak dijelaskan oleh variabel prediktor lain dalam model. Nilai toleransi kurang dari 0,1 menunjukkan adanya multikolinearitas (Kurniawan, 2019: 150).

#### **3.8.4.3. Uji Heterokedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah istilah yang digunakan dalam analisis statistik untuk menggambarkan situasi di mana varian kesalahan dalam model regresi tidak konstan di seluruh rentang variabel independen. Hal ini dapat menyebabkan perkiraan koefisien regresi dan kesalahan standar yang bias dan tidak efisien, yang pada gilirannya dapat berdampak pada validitas inferensi statistik dan pengujian hipotesis. Masalah ini dapat muncul dalam berbagai konteks dan dapat disebabkan



oleh berbagai faktor seperti outlier, kesalahan pengukuran, dan data yang hilang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tes dengan menggunakan scatterplot. Ketika tidak ada pola dan titik-titik terdistribusi secara acak di atas atau di bawah sumbu 0 pada sumbu Y, data dianggap homoskedastisitas, sedangkan heteroskedastisitas terjadi ketika titik-titik tersebar dengan merata dan membentuk pola.

### 3.8.5. Uji Pengaruh

#### 3.8.5.1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan dalam penelitian untuk memodelkan hubungan antara variabel dependen dan beberapa variabel independen. Teknik ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana variabel independen menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Dengan menganalisis hubungan antar variabel, regresi linier berganda dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen.

(Priyastama, 2017: 154). Rumus persamaan linier berganda ialah:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + \dots$$

**Rumus 3.4.** Regresi linier Berganda

**Sumber:** (Kurniawan, 2019: 188)

Penjelasan:

Y = Besaran Variabel dependen

a = Koefisien Konstanta

b = Nilai koefisien Regresi

X1 = Besaran variabel independen pertama

X2 = Besaran variabel independen kedua

X3 = Besaran variabel independen ketiga

### 3.8.5.2. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi, juga disebut sebagai *R-squared* ( $R^2$ ), adalah metrik statistik yang mengukur proporsi variabilitas dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen yang disertakan dalam model regresi. Uji ini memberikan ukuran kesesuaian garis regresi dengan data yang diamati. Nilai R-kuadrat diskalakan dari 0 hingga 1, dengan 0 menunjukkan bahwa garis regresi tidak menjelaskan varian apa pun dalam variabel dependen dan 1 menunjukkan bahwa garis regresi sesuai dengan data dengan sempurna. Semakin dekat nilai R-kuadrat dengan 1, semakin cocok model tersebut. Koefisien determinasi merupakan alat penting dalam menilai kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen dalam analisis regresi (Satria, 2021:91).

### 3.9. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah prosedur statistik yang digunakan dalam penelitian untuk mengevaluasi apakah ada cukup bukti dalam sampel data untuk mendukung pernyataan tertentu mengenai suatu populasi. Ini melibatkan pembuatan hipotesis nol, yang mengasumsikan bahwa tidak ada perbedaan atau hubungan yang signifikan antara dua kelompok atau variabel, dan hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa ada perbedaan atau hubungan yang signifikan.

Peneliti kemudian mengumpulkan data dan melakukan uji statistik, seperti uji-t atau ANOVA. Jika p-value kurang dari tingkat signifikansi (0,05), hipotesis

nol memiliki artian bahwa hipotesis ditolak, dan disimpulkan bahwa ada bukti signifikan untuk mendukung hipotesis alternatif (Sugiarto, 2017: 123) Uji hipotesis yang dipergunakan didalam penelitian ini ialah:

### 3.9.1. Uji t (Regresi Parsial)

Untuk setiap variabel dalam penelitian, diperlukan uji t parsial untuk mengevaluasi dari ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independen yang signifikan pada variabel dependen. (Ahyar *et al.*, 2020).

1. Membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{Tabel}$  dengan taraf signifikan yaitu 5%  $df = n - 2$ .
2. Membuat kesimpulan dengan kriteria sebagai berikut.
  - a.  $t_{hitung} > t_{Tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
  - b. Nilai  $sig. > \alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
  - c. Nilai  $sig. < \alpha = 5\%$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

### 3.9.2. Uji Simultan (F)

Menuru (Priyastama, 2017: 107) Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung} > F_{Tabel}$ , uji F atau ANOVA dipergunakan untuk mengevaluasi lebih dari dua sampel. Jika nilainya secara substansial lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Selain itu, variabel tidak memiliki pegraruh terhadap variabel dependen jika  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  dan profitabilitas  $> 0,05$  ( $\alpha$ ).

Prediksi untuk tes ANOVA:

1. Populasi yang diperiksa memiliki distribusi normal.

2. varians populasi yang sama
3. Sampel tidak terkait atau independen satu sama lain.

Hipotesis berikut diuji menggunakan uji dua arah dalam percobaan ini.

H0: Tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Promosi, Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di Kota Batam.

H1: Terdapat pengaruh signifikan secara Promosi, Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di Kota Batam.