

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Kajian ini menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti serta ukuran sampel dan populasi yang digunakan. Selain itu, kajian ini juga menjabarkan metode pengumpulan data dan instrumen analisis yang diterapkan untuk proses selanjutnya. Desain penelitian ini terbagi dalam beberapa kategori, antara lain tindakan, eksperimental, kausalitas, korelasional, dan deskriptif. Riset ini melibatkan pendekatan secara kuantitatif, dimana metode khusus untuk menghimpun sejumlah data dengan pengadaan kuesioner ataupun angket yang pendistribusiannya dilakukan kepada pihak responden. Sedangkan Fokus utama dalam riset ini yakni melakukan evaluasi terkait pengaruh atas variabel yang sifatnya bebas atau independen yakni *Online customer review* (X1) dan *Online Customer Rating* (X2), terhadap variabel dependen, yakni Minat Beli (Y)

Manfaat dari analisis ini terletak pada pengembangan gagasan penelitian replikasi yang berjudul “*Effect of Online Review Rating on Purchase Intention.*” Yang ditulis oleh (Navitha Sulthana & Vasantha, 2023b) Penelitian replika ini bertujuan untuk mengikuti metode yang sama dengan penelitian sebelumnya, dengan menggunakan faktor, instrumen, objek kajian, atau petunjuk yang serupa. Meskipun demikian, penelitian ini berbeda dengan studi sebelumnya karena fokusnya ditujukan pada Zalora sebagai objek penelitian. Di sisi lain, penelitian pengembangan termasuk dalam kategori eksplorasi yang menambahkan elemen atau petunjuk baru. Sementara itu, eksplorasi orisinil merupakan jenis

penelitian yang melibatkan objek kajian serta faktor, penanda, dan instrumen baru yang lebih relevan dengan konteks yang ada.

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian mengacu pada tempat di mana penelitian dilakukan, yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam kajian ini. Penelitian ini dilaksanakan di kota Batam, dengan responden yang terdiri dari pengguna pria dan wanita yang aktif menggunakan platform *E-Commerce* di kota tersebut.

3.1.2 Periode Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama rentang terhitung dari bulan September 2024 hingga bulan Januari 2025. Selama periode tersebut, berbagai tahapan penelitian akan dilakukan secara sistematis sesuai jadwal yang telah disusun. Rincian jadwal pelaksanaan, termasuk tahapan kegiatan seperti persiapan, pengumpulan data, analisis data, dan pelaporan hasil, akan dijelaskan secara terperinci oleh peneliti dalam tabel berikut. Tabel ini memuat informasi mengenai waktu dan aktivitas spesifik yang akan dilakukan untuk memastikan penelitian berjalan sesuai rencana.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1	Pengajuan Judul	■				
2	Pendahuluan		■			
3	Tinjauan Pustaka					
4	Metode Penelitian			■		
5	Pembagian Kuisisioner				■	
6	Pengumpulan dan Pengolahan Data				■	
7	Analisis Data				■	
8	Kesimpulan Dan Saran				■	
9	Penyusunan Jurnal					■

Sumber: Data Penelitian, 2024

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

(Sugiyono, 2019b) dalam (Syamsul et al., 2023) menjelaskan bahwa populasi dalam sebuah penelitian mencakup seluruh objek atau subjek yang memiliki karakteristik serta kualitas secara spesifik yang memiliki relevansi kuat terhadap ketetapan atas tujuan riset digalakkan. Populasi ini berfungsi sebagai dasar untuk mengambil sampel yang akan dianalisis secara mendalam. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah pengguna *E-commerce* Zalora di Kota Batam. Namun, ukuran pasti dari populasi tersebut tidak dapat ditentukan karena tidak tersedia data akurat mengenai jumlah pengguna yang telah melakukan transaksi di Zalora di wilayah tersebut. Jadi, populasi penelitian ini mencakup seluruh penduduk di Kota Batam yang berpotensi sebagai pengguna Zalora, meskipun jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Realitas ini ditetapkan sebagai salah satu batasan dalam studi yang perlu diperhatikan.

3.2.2 Teknik Penentuan Sampel

Pada dasarnya pembicaraan mengenai populasi dalam kajian ini belum dapat dipastikan kuantitas terkait jumlah pastinya, maka dilakukan penentuan sampel dengan melibatkan rumus Lemeshow (Anggana Widigda et al., 2023) Alasan pemilihan rumus Lemeshow adalah karena sampel dalam penelitian ini terlalu besar dan jumlahnya bersifat dinamis. Dengan menggunakan rumus Lemeshow, peneliti dapat menentukan ukuran sampel yang representatif meskipun kuantitas terkait populasi belum dinyatakan secara pasti. Pihak peneliti melibatkan metode *purposive sampling* untuk mengumpulkan data dari responden. Metode ini

memungkinkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga responden yang terlibat diharapkan dapat memberikan data yang representatif dan sesuai dengan kebutuhan studi. Pemilihan sampel secara *purposive* ini didasarkan pada pertimbangan khusus, seperti pengalaman responden dengan *E-commerce* Zalora atau tingkat aktivitas mereka dalam transaksi *online*.

Untuk menentukan ukuran sampel yang memadai, peneliti menerapkan rumus Lemeshow. Rumus ini sering digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menghitung jumlah sampel minimum yang diperlukan, terutama ketika ukuran dari populasi belum dapat dipastikan nilai pastinya. Adapun keterlibatan rumus Lemeshow telah ditetapkan untuk keberlangsungan kajian ini, yakni:

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

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = nilai normal tabel (95% = 1,96)

P = estimasi maksimal (50% = 0,5)

Q = 1-P

L = Ketelitian

d = Interval/Penyimpangan 10% = 0,1

Dengan mengaitkan rumus yang sudah dipaparkan di atas, maka pihak peneliti bisa melakukan kalkulasi terkait penentuan sampel yang dibutuhkan untuk

kepentingan studi ini supaya hasilnya lebih maksimal, yakni:

$$n = \frac{1,962 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dengan menggunakan perhitungan berdasarkan rumus Lemeshow, diperoleh angka minimal jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian sebanyak 96,04 responden. Untuk memudahkan pengumpulan data dan menjaga keakuratan, peneliti kemudian membulatkan jumlah sampel yang dibutuhkan menjadi 100 responden. Pembulatan ini dilakukan dengan mempertimbangkan algoritma Lemeshow untuk memastikan bahwa sampel yang digunakan cukup representatif untuk analisis yang lebih akurat.

3.2.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel memegang peranan penting dalam sebuah penelitian karena berfungsi untuk menentukan anggota populasi mana yang akan dijadikan sampel (Risya Faridah et al., 2022). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang diterapkan meliputi kedua pendekatan, yaitu probabilitas dan non-probabilitas, yang mencakup berbagai metode pemilihan sampel. Salah satu teknik yang dilibatkan yakni *purposive sampling*, di mana pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan faktor-faktor khusus yang memiliki relevansi kuat dengan topik yang diusung. Beberapa kriteria yang digunakan untuk memilih responden yang layak dijadikan sampel dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Responden harus berusia lebih dari 18 tahun, sehingga dapat dianggap memiliki kapasitas untuk memberikan informasi yang relevan dan memahami pertanyaan yang diajukan.
2. Responden merupakan pengguna aktif aplikasi Zalora yang berdomisili di Kota Batam, untuk memastikan bahwa sampel mencerminkan populasi yang relevan dengan konteks penelitian ini.
3. Responden sudah memiliki pengalaman berbelanja di Zalora, setidaknya satu kali, yang menjamin bahwa mereka familiar dengan platform e-commerce tersebut dan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait dengan penggunaan aplikasi dan keputusan pembelian.

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Pada studi ini, data dikumpulkan secara langsung melalui berbagai metode yang telah ditentukan. Salah satu metode yang digunakan adalah pembagian angket, yang berfungsi sebagai pengumpulan data primer. Kuesioner yang disebarakan berisi rangkaian pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi terkait dengan topik penelitian, serta untuk mengetahui siapa saja yang terlibat atau memiliki pengalaman relevan. Kuesioner ini akan disebarakan kepada calon pembeli yang menggunakan Zalora, dengan tujuan untuk memperoleh pandangan dan data yang dapat mendukung analisis terhadap pengaruh berbagai faktor terhadap minat beli di platform *e-commerce* tersebut.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder pada studi ini mencakup berbagai sumber informasi yang sudah terdokumentasi sebelumnya, seperti jurnal, buku, laporan, dan sumber lain yang relevan. Dalam kajian ini, data sekunder yang digunakan diperoleh dari dokumentasi yang disediakan oleh perusahaan Zalora. Data tersebut mencakup berbagai informasi yang berkaitan dengan topik penelitian, termasuk kumpulan jurnal dan buku yang relevan dengan variabel yang akan dianalisis. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan data yang telah dikumpulkan oleh Zalora, yang memberikan wawasan lebih dalam mengenai perilaku konsumen dan aspek-aspek lain yang mendukung analisis. Dengan memanfaatkan data sekunder yang ada, penelitian ini dapat memperkuat temuan dengan informasi yang sudah terverifikasi dan diakui oleh pihak yang berkompeten (Witaloca Purba & Heryenzus, 2023).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Studi ini melibatkan skala pengukuran yang dirancang untuk mengevaluasi berbagai aspek psikologis, seperti sikap, kepercayaan, dan pandangan individu atau kelompok terhadap beragam fenomena sosial. Skala ini berfungsi sebagai alat bantu untuk menggali persepsi responden secara sistematis, sehingga bisa menyuguhkan gambaran secara mendetail terkait bagaimana mereka menilai atau merespons isu-isu tertentu. Dengan demikian, skala tersebut menjadi komponen penting dalam memperoleh data yang valid dan reliabel untuk mendukung analisis penelitian. Setiap jawaban yang diberikan responden dalam kuesioner akan diberi bobot atau nilai tertentu berdasarkan tingkat kesepakatan atau keterkaitan dengan pernyataan yang diajukan. Bobot ini berfungsi untuk menggambarkan seberapa

besar intensitas atau kecenderungan responden terhadap isu yang sedang dianalisis. Dengan cara ini, skala pengukuran memungkinkan peneliti untuk mengkuantifikasi dan menganalisis berbagai aspek perilaku, keyakinan, dan opini responden secara sistematis dan objektif (Sugiyono, 2019b).

1. Sangat tidak setuju (STS): 1 poin
2. Tidak setuju (TS): 2 poin
3. Cukup (C): 3 poin
4. Setuju (S): 4 poin
5. Sangat setuju (SS): 5 poin

3.5 Definisi Operasi Variabel Penelitian

Variabel dapat dipahami sebagai suatu indikator atau alat yang digunakan untuk mengukur objek dalam sebuah penelitian. Dengan kata lain, variabel merupakan elemen yang dapat memberikan informasi atau kesimpulan terkait dengan fenomena yang sedang diteliti Sugiyono, 2019 dalam (Yudita & Sugiyono, 2021). Penelitian ini melibatkan dua jenis variabel utama, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen memuat X1, yang merepresentasikan *Online Customer Review*, dan X2, yang mencakup *Online Customer Rating*. Kedua variabel ini dianggap sebagai faktor eksternal yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumen. Sementara itu, variabel dependen yang dianalisis adalah Y, yaitu Minat Beli, yang menggambarkan tingkat ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian pada platform *e-commerce*.

Dalam penelitian ini, hubungan antara variabel independen dan dependen akan diuji untuk mengevaluasi sejauh mana *Online customer review* dan *Online*

Customer Rating memberikan dampak terhadap keputusan pembelian konsumen. Analisis tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai pengaruh elemen-elemen ini dalam konteks pemasaran digital, khususnya pada platform *e-commerce*.

3.5.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono, 2019 dalam (Yudita & Sugiyono, 2021) variabel independen, atau yang sering disebut sebagai variabel bebas, adalah faktor yang dapat memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel lain, yaitu variabel dependen. Variabel independen berperan sebagai elemen yang secara langsung atau tidak langsung memberikan dampak terhadap hasil penelitian.

Dalam konteks studi ini, penulis menetapkan dua variabel independen, yaitu *Online customer review (X1)* dan *Online Customer Rating (X2)*. Kedua variabel ini dipilih berdasarkan asumsi bahwa ulasan dan penilaian pelanggan secara daring memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi minat mereka untuk melakukan pembelian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Beli (Y), yang mencerminkan tingkat ketertarikan konsumen untuk membeli produk pada *platform e-commerce*. Pemilihan kedua variabel independen ini didasarkan pada keyakinan bahwa interaksi digital, khususnya melalui ulasan dan *rating*, memiliki dampak signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen di era perdagangan elektronik.

3.5.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono, 2019, dalam (Sutanto & Aprianingsih, n.d.) variabel dependen, yang juga dikenal sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang

dipengaruhi atau bergantung pada variabel independen. Dengan kata lain, perubahan atau fluktuasi pada variabel dependen terjadi akibat pengaruh yang diberikan oleh variabel independen. Variabel dependen ini menjadi fokus utama dalam penelitian karena mencerminkan hasil atau dampak dari hubungan antara variabel-variabel yang diuji.

Pada studi ini, memposisikan minat beli yang ditetapkan sebagai variabel yang sifatnya terikat (dependen). Hal yang perlu digarisbawahi di sini, bahwasanya variabel merepresentasikan tingkat ketertarikan dari pihak konsumen yang akan melakukan pembelian dari suatu produk dengan asumsi dipengaruhi oleh kedua variabel yang sifatnya bebas alias independen yakni *Online customer review* (X1) dan *Online Customer Rating* (X2). Peneliti berharap bahwa hubungan antara kedua variabel independen tersebut dengan Minat beli bisa memberikan refleksi terkait pemahaman lebih komprehensif terkait sejumlah faktor yang bisa mendorong putusan pembelian dari pihak konsumen, secara khusus dikaitkan dengan *e-commerce*. Definisi operasional untuk setiap variabel, serta indikator-indikator yang digunakan dalam skala pengukuran, akan dijelaskan lebih lanjut dalam tabel di bawah ini, yang akan memberikan gambaran lebih jelas tentang cara variabel-variabel tersebut diukur dan dianalisis dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Deflnisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	<i>Online customer review (X¹)</i>	(Jessica, 2022) menjabarkan pendapatnya terkait ulasan adalah genre wacana dengan fungsi pemeriksaan beserta penilaian atas peristiwa ataupun objek tertentu	1. Perceveid Usefulness 2. Source Credibility 3. Argument Quality 4. Valance of online	Likert
2.	<i>Online Customer Rating (X²)</i>	(Ayu Agustina et al., 2023) Rating diartikan sebagai representasi matriks yang secara general dikaitkan untuk kepentingan evaluasi atas kinerja, kualitas, bahkan rasa puas secara komprehensif atas suatu produk layanan maupun pengalaman konkret dalam kehidupan	1. Credible 2. Expert 3. Likeable	Likert
3.	<i>Minat Beli (X³)</i>	Minat beli merepresentasikan suatu niatan yang timbul dari seorang customer di mana dirinya mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian atas sejumlah barang ataupun menggunakan jasa yang dapat dipertimbangkan sebelum melakukan pembelian (Bakti et al., 2020).	1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat prefensial 4. Minat eksploratif	Likert

Sumber: Data Sekunder, 2024

3.6 Metode Analisis Data

Dalam kajian (Putry et al., 2022)dijelaskan bahwa proses yang harus dilakukan setelah informasi disebarkan secara efektif adalah mengumpulkan dan menyatukan data dari seluruh responden. Proses ini mencakup langkah-langkah untuk memisahkan dan mengelompokkan informasi berdasarkan faktor-faktor yang

relevan, karakteristik responden, serta jenis data yang dikumpulkan. Selanjutnya, tindakan ini bertujuan untuk menyelesaikan perhitungan atau analisis yang diperlukan guna menguji teori yang telah diajukan sebelumnya. Dengan demikian, pengolahan dan analisis informasi yang tepat menjadi kunci untuk menarik kesimpulan yang valid dalam penelitian tersebut.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini menerapkan pendekatan statistik yang bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan secara menyeluruh, tanpa bertujuan untuk membuat generalisasi yang dapat diterapkan secara luas. Menurut (Abaharis et al., 2022) Metode ini lebih difokuskan pada pemahaman mendalam dan mudah dipahami mengenai data yang ada, dengan menyajikan informasi yang relevan berdasarkan variabel yang diteliti. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menguraikan dan menyajikan informasi terkait dengan variabel dependen, yaitu Minat Beli, serta variabel independen, yaitu *Online customer review* dan *Online Customer Rating*. Jadi, analisis tersebut secara lugas memberikan refleksi secara kompleks terkait korelasi yang melibatkan sejumlah variabel untuk selanjutnya diharapkan bisa membantu dalam memahami pengaruh ulasan dan penilaian *online* terhadap minat beli (Sugiyono, 2019a).

3.6.2 Uji Kualitas Data

3.6.2.1 Uji Validitasi Data

Menurut (Bimantara, 2021) menyatakan bahwa uji validitas merujuk pada tingkat kebenaran antara fakta yang terdapat dalam objek kajian dan informasi

yang diperoleh dari proses pengujian. Instrumen dalam penelitian ini dianggap substansial jika memiliki potensi untuk digunakan sebagai alat pengukuran yang mampu memberikan penilaian yang akurat, sesuai dengan kondisi sebenarnya dari responden. Uji validitas instrumen sangat penting dilakukan untuk memastikan bahwa hasil estimasi yang diperoleh relevan dan sesuai dengan informasi yang dikumpulkan, serta sesuai dengan kajian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Setiap item dalam kuesioner yang menghasilkan nilai tidak valid akan dikeluarkan dan tidak akan digunakan dalam analisis data lebih lanjut. Suatu item dianggap valid jika memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0.3, sedangkan jika nilai korelasinya kurang dari 0.3, maka item tersebut dianggap tidak valid dan tidak dapat digunakan dalam pengujian berikutnya (Sugiyono, 2019a).

Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai korelasi Pearson produk moment adalah sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Rumus 3.2 *Pearson Product Moment*

Sumber: Sugiyono, 2020:212

Keterangan:

- r hitung : Koefisien Validitas Butir Pertanyaan yang Dicari
n : Banyaknya responden (sampel)
X : Skor yang diperoleh subyek dari setiap item
Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Pengujian yang dilakukan menggunakan uji dua sisi pada tingkat signifikansi memiliki karakteristik tertentu sebagai berikut:

1. Validitas Kuesioner: Pertanyaan dalam kuesioner dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, atau jika nilai Sig. (2-tailed) yang dihasilkan lebih kecil dari 5%. Dengan kata lain, jika hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi di bawah 5%, maka pertanyaan dalam kuesioner dapat dianggap valid dan relevan untuk digunakan dalam penelitian.
2. Tidak Validnya Kuesioner: Sebaliknya, pertanyaan dalam kuesioner dikatakan tidak valid jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel, atau jika nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 5%. Jika pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih tinggi dari 5%, maka pertanyaan dalam kuesioner tidak memenuhi kriteria validitas dan harus dikeluarkan dari analisis selanjutnya.

Proses pengujian ini memiliki peran yang sangat krusial dalam memastikan kualitas data yang diperoleh dari kuesioner. Dengan melakukan pengujian yang teliti, dapat dipastikan bahwa setiap item dalam kuesioner dapat menghasilkan informasi yang akurat, relevan, dan konsisten. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keandalan instrumen penelitian, sehingga data yang dikumpulkan dapat dipercaya dan mencerminkan realitas yang sesungguhnya. Selain itu, pengujian ini juga berkontribusi pada validitas hasil penelitian, yang pada gilirannya memastikan bahwa temuan yang diperoleh tidak hanya tepat untuk sampel yang diuji, tetapi juga memiliki kemungkinan untuk diterapkan dalam konteks yang lebih luas. Dengan demikian, proses pengujian ini menjadi langkah yang tak terpisahkan untuk memperkuat kredibilitas dan ketepatan hasil penelitian.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

(Abaharis et al., 2022) Uji reliabilitas mengukur sejauh mana suatu prosedur pengukuran bebas dari kesalahan, yang mencakup ketergantungan skala, presisi, dan konsistensi. Uji ini berfokus pada konsistensi hasil pengukuran yang diperoleh dari skala yang sama, dalam kondisi yang serupa. Jika hasil pengukuran yang berulang menghasilkan konsistensi yang tinggi, maka skala tersebut dapat dianggap reliabel dan dapat diandalkan untuk menghasilkan data yang akurat dan stabil. Salah satu cara untuk memverifikasi apakah data yang diperoleh dari responden dapat diandalkan adalah dengan melakukan pengujian reliabilitas. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, serta indikator-indikator yang digunakan, sesuai dengan hasil yang diharapkan dan mencerminkan kondisi yang sebenarnya (Mawa & Cahyadi, 2021) Salah satu pendekatan yang umum digunakan untuk menguji reliabilitas data adalah dengan menghitung nilai *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* memberikan gambaran tentang sejauh mana konsistensi internal item-item dalam instrumen pengukuran, seperti kuesioner, yang digunakan dalam penelitian. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6, data dianggap reliabel, yang berarti bahwa instrumen tersebut memiliki tingkat konsistensi yang cukup baik untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,6, hal ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh belum memenuhi standar reliabilitas yang memadai, dan instrumen pengukuran mungkin perlu diperbaiki atau disesuaikan.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung nilai *Cronbach*

Alpha, yang berfungsi untuk mengukur konsistensi internal dan reliabilitas data dalam penelitian ini:

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

Rumus 3.3 *Alpa Cronbach*

Sumber: Sanusi, (2017:124)

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum si$ = Jumlah varian skor tiap-tiap unit St = Varian total

k = Jumlah unit

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melanjutkan ke tahap analisis dalam sebuah penelitian, penting untuk melakukan serangkaian uji terlebih dahulu guna memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan dapat digunakan sebagai alat yang valid dan dapat mendukung proses analisis. Dalam penelitian yang menggunakan data primer, terdapat tiga tahapan utama dalam uji asumsi klasik yang harus dilakukan seperti normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, yang merupakan elemen penting dalam memastikan keabsahan model penelitian (Nugroho & Sarah, 2021)

3.6.3.1 Uji Normalitas

Tujuan utama dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dan dependen dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal. Pengujian normalitas ini penting untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam analisis statistik memenuhi asumsi distribusi yang diperlukan, seperti yang

dijelaskan oleh (Jessica, n.d.-a). Agar model regresi dapat dinyatakan berhasil, diperlukan beberapa persyaratan yang melibatkan pengujian statistik serta analisis grafis, sebagai berikut:

1. Hipotesis Null (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)

- H_0 : Hipotesis diterima jika data mengikuti distribusi normal, yang ditandai dengan nilai signifikansi atau probabilitas lebih besar dari 0,05.
- H_a : Hipotesis ditolak jika data tidak mengikuti distribusi normal, dengan nilai probabilitas atau signifikansi kurang dari 0,05.

2. Penentuan Risiko Kesalahan (α)

- Risiko kesalahan adalah peluang untuk membuat kesalahan dalam pengambilan keputusan, khususnya menolak hipotesis yang seharusnya diterima. Nilai α atau taraf signifikansi digunakan untuk menunjukkan tingkat risiko ini.

3. Kaidah Pengujian

- Hipotesis diterima jika nilai Dhitung lebih kecil daripada Dtabel ($D_{hitung} < D_{tabel}$). Sebaliknya, jika Dhitung lebih besar atau sama dengan Dtabel, hipotesis ditolak.

4. Perhitungan dan Perbandingan

- Menghitung nilai Dhitung dan membandingkannya dengan Dtabel berdasarkan hasil pengujian data.

5. Penarikan Kesimpulan

- Berdasarkan hasil pengujian dan perbandingan, diambil kesimpulan

mengenai apakah data memiliki distribusi normal atau tidak.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Fauzi et al., 2022) Uji ini bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan atau korelasi yang signifikan di antara variabel independen dan bebas dalam model regresi yang digunakan. Penting untuk memastikan bahwa variabel independen dalam model regresi tidak saling berkorelasi secara signifikan, karena adanya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel tersebut (dikenal sebagai multikolinearitas) dapat memengaruhi keakuratan dan kestabilan estimasi koefisien regresi. Model regresi dianggap baik dan valid jika variabel independennya tidak saling berkorelasi secara signifikan, karena hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen memberikan kontribusi yang unik terhadap model dan tidak tumpang tindih dalam menjelaskan varians dari variabel dependen. Menghindari korelasi yang berlebihan antar variabel independen memungkinkan model untuk memberikan hasil yang lebih dapat diandalkan dan interpretable. Menurut (Ghozali, 2018) dalam jurnal (Manulang, Hermawan, & Novariana, 2023), Pengujian ini biasanya dilakukan dengan menggunakan dua indikator utama, yaitu *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Berikut adalah kriteria pengujian multikolinearitas:

1. Terjadinya Multikolinearitas

- Multikolinearitas terjadi jika nilai VIF yang dihasilkan lebih dari 10 (>10) dan nilai tolerance kurang dari 0,10 ($<0,10$). Kondisi ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antar variabel independen, yang dapat memengaruhi keakuratan model regresi.

2. Tidak Terjadinya Multikolinearitas

- Tidak terdapat multikolinearitas jika nilai VIF yang dihasilkan kurang dari 10 (<10) dan nilai tolerance lebih dari 0,10 ($>0,10$). Dalam kondisi ini, variabel independen dianggap tidak saling berkorelasi secara signifikan, sehingga model regresi dapat bekerja dengan baik.
- Pengujian ini sangat penting dalam analisis regresi karena multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan distorsi dalam interpretasi hasil, seperti overestimasi atau underestimasi koefisien regresi. Dengan memastikan tidak adanya multikolinearitas, model regresi yang dihasilkan menjadi lebih valid dan akurat.

3.6.3.3 Uji Heterokedastitas

Dalam suatu penelitian, kualitas model regresi dapat dinilai baik jika tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas mengacu pada kondisi di mana terdapat perbedaan dalam variasi atau penyebaran residual di sepanjang data. Hal ini dapat memengaruhi validitas model regresi, karena mengindikasikan bahwa asumsi kesamaan varians (homoskedastisitas) tidak terpenuhi.

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah variasi residual bersifat konsisten di seluruh rentang data atau tidak. Hasil pengujian dapat ditentukan berdasarkan nilai signifikansi (sig) sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$), maka terdapat gejala heteroskedastisitas. Kondisi ini menunjukkan bahwa varians residual tidak merata, sehingga model regresi menjadi kurang reliabel.
- Sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05 ($>0,05$), maka

tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Ini berarti varians residual dianggap homogen, dan asumsi model regresi terpenuhi.

Penting untuk memastikan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam sebuah kajian, karena keberadaannya dapat mengurangi akurasi prediksi model dan memengaruhi hasil interpretasi hubungan antara variabel independen dan dependen (Jessica, n.d.-b).

3.6.4 Uji Pengaruh

3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

(Zuliawati Zed et al., 2023) Menyatakan regresi linier berganda merupakan metode analisis yang sesuai ketika penelitian melibatkan 2 atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat.

Analisis regresi linear berganda biasanya digunakan untuk mempelajari hubungan dan pengaruh dari beberapa variabel independen, seperti X_1 , X_2 , dan X_3 , terhadap variabel dependen Y . Metode ini memanfaatkan data yang berskala interval atau rasio, yang memungkinkan pengukuran dan interpretasi yang lebih akurat terhadap pengaruh variabel-variabel tersebut.

Pengujian ini tidak hanya membantu memahami sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen, tetapi juga memberikan wawasan tentang signifikansi dan kekuatan hubungan antara masing-masing variabel. Dengan demikian, metode ini sangat bermanfaat dalam berbagai penelitian kuantitatif yang membutuhkan analisis mendalam terhadap pengaruh banyak variabel secara bersamaan.

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

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Teuku Umar et al., 2024)

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Minat Beli)

X₁ = Variabel Independen (*Online Customer Review*)

X₂ = Variabel Independen (*Online Customer Rating*)

A = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien Garis Regresi

e = Variabel Pengganggu (*error*)

3.6.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

(Jannah *et al.*, 2023) Uji koefisien determinasi, yang lebih dikenal dengan istilah R², merupakan salah satu alat penting dalam analisis regresi yang digunakan untuk menilai sejauh mana model regresi berhasil menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Secara khusus, uji ini mengukur proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang ada dalam model. Nilai R² berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang lebih besar dalam menjelaskan variasi data.

Secara teori, koefisien determinasi ini memberikan gambaran tentang seberapa efektif model dalam mengidentifikasi dan menggambarkan hubungan yang ada antara variabel independen dan dependen. Dengan kata lain, semakin besar nilai R², semakin besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan fluktuasi yang terjadi pada variabel dependen. Namun, penting untuk dicatat bahwa meskipun nilai R² yang tinggi menunjukkan kecocokan yang baik antara model dan

data, hal tersebut tidak selalu menjamin bahwa model tersebut sudah optimal atau bebas dari bias, sehingga uji tambahan mungkin diperlukan untuk validasi lebih lanjut .

Nilai R^2 dinyatakan dalam bentuk persentase, dengan interpretasi sebagai berikut:

- Jika nilai R^2 mendekati 100%, ini menunjukkan bahwa hampir seluruh variabel independen dalam model memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Model tersebut dapat dianggap sangat baik dalam menjelaskan variabilitas data.
- Sebaliknya, jika nilai R^2 jauh di bawah 100% atau mendekati nol, hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, model tersebut kurang mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Koefisien determinasi yang kecil dalam sebuah model regresi menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen semakin berkurang, sehingga diperlukan peninjauan ulang terhadap variabel-variabel tersebut atau pertimbangan untuk menambahkan variabel baru yang lebih relevan. Uji ini sangat membantu dalam mengevaluasi kualitas model regresi dan memastikan bahwa hubungan antara variabel yang dianalisis dapat diinterpretasikan dengan akurat (salsabilla & Handayani, 2023).

3.7 Uji Hipotesis

Menurut (Salsabilla & Handayani, 2023) uji hipotesis adalah metode ilmiah yang digunakan untuk menguji kebenaran dari sebuah pernyataan atau dugaan.

Proses ini melibatkan evaluasi asumsi awal yang dikenal sebagai hipotesis nol (H_0) dan membandingkannya dengan hipotesis alternatif (H_a), yang merupakan spekulasi sementara untuk menjelaskan fenomena yang sedang diteliti.

Secara umum, terdapat dua jenis hipotesis utama dalam pengujian:

- Hipotesis Nol (H_0): Menyatakan bahwa tidak ada hubungan atau pengaruh yang signifikan antara variabel yang diuji. Hipotesis ini sering dianggap sebagai dasar yang harus dibuktikan salah agar dapat menerima hipotesis alternatif.
- Hipotesis Alternatif (H_a): Menyatakan adanya hubungan atau pengaruh yang signifikan antara variabel yang diuji. Hipotesis ini akan diterima jika hipotesis nol ditolak.

Dalam praktiknya, uji hipotesis sering kali dilakukan untuk menguji banyak hipotesis sekaligus atau secara parsial, tergantung pada kompleksitas penelitian. Uji simultan dilakukan ketika ingin mengevaluasi keseluruhan efek dari beberapa variabel sekaligus, sedangkan uji satu per satu dilakukan untuk mengevaluasi masing-masing variabel secara individual.

3.7.1 Uji T (Parsial)

Uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis dalam suatu penelitian. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara individual. Dengan kata lain, uji t mengukur sejauh mana setiap variabel independen memengaruhi variabel dependen secara terpisah. Dalam

pengujian ini, hasil analisis ditentukan berdasarkan nilai probabilitas (sig):

- Jika nilai probabilitas (sig) < 0,05, maka variabel independen dianggap berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Sebaliknya, jika nilai probabilitas (sig) \geq 0,05, maka variabel independen dianggap tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji parsial ini, yang sering disebut dengan uji t, merupakan bagian dari analisis regresi parsial. Pengujian ini didasarkan pada hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, dan hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan sebaliknya.

Penggunaan uji t sangat penting dalam penelitian, karena membantu peneliti memahami sejauh mana masing-masing variabel independen memberikan kontribusi terhadap perubahan pada variabel dependen. Dengan demikian, pengujian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam dan spesifik dalam menganalisis hubungan antarvariabel dalam sebuah model penelitian (Niswaningtyas & Hadi, 2022).

3.7.2 Uji F (Simultan)

Berdasarkan (Kadek *et al.*, 2022) uji simultan merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan oleh variabel-variabel independen secara kolektif terhadap variabel dependen. Uji ini dikenal sebagai Uji

F, yang biasanya diterapkan pada penelitian dengan dua atau lebih variabel independen.

Prosedur pengujian ini didasarkan pada nilai probabilitas (sig) dengan interpretasi sebagai berikut:

- a) Jika nilai probabilitas (sig) $> 0,05$, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, hipotesis nol (H_0) diterima, dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.
- b) Sebaliknya, jika nilai probabilitas (sig) $\leq 0,05$, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dalam studi ini, penulis mengandalkan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) untuk mempermudah pengolahan data dan pengujian hipotesis. SPSS menyediakan platform yang efisien dan tepat untuk menganalisis data statistik, memungkinkan peneliti untuk menangani data besar dan kompleks dengan lebih cepat. Dengan aplikasi ini, peneliti dapat menerapkan berbagai teknik statistik secara sistematis, yang penting untuk memastikan keakuratan dan validitas hasil penelitian. SPSS juga membantu peneliti mengorganisir data dengan lebih baik, menghasilkan temuan yang dapat diandalkan.

Salah satu analisis penting yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Uji F, yang digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel independen memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen. Uji ini berguna untuk melihat bagaimana variabel-variabel independen bekerja bersama untuk mempengaruhi variabel dependen dalam model regresi. Uji F memberikan gambaran menyeluruh tentang seberapa besar kontribusi semua variabel independen terhadap perubahan yang terjadi pada variabel dependen, membantu peneliti untuk menilai hubungan antara variabel-variabel tersebut secara keseluruhan.

Melalui penerapan Uji F, penelitian ini berhasil menggambarkan pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen, memberikan peneliti pemahaman yang lebih mendalam tentang interaksi antar variabel dalam model. Uji simultan ini sangat penting dalam penelitian kuantitatif karena membantu mengidentifikasi pengaruh kolektif dari variabel-variabel yang diuji, yang pada gilirannya memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan yang tepat. Dengan demikian, uji ini mendukung peneliti dalam menyusun kesimpulan yang lebih akurat dan menggambarkan hubungan antar variabel dengan lebih jelas.