

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiasi kausal dengan Teknik kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:55), penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, salah satu variabel (*independent*) memengaruhi variabel yang lain (*dependent*). Pada penelitian ini penulis menganalisis pengaruh desain produk dan *online customer review* (variabel *independent*) terhadap keputusan pembelian *online* (variabel *dependent*).

#### B. Variabel Penelitian

Buku yang ditulis oleh Sugiyono (2016:38) menyatakan definisi dari variabel penelitian yaitu “*Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya*”.

Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu desain produk, *online customer review*, dan keputusan pembelian *online*. Desain produk ( $X_1$ ) dan *online customer review* ( $X_2$ ) merupakan variabel *independent*. Sedangkan keputusan pembelian ( $Y$ ) merupakan variabel *dependent*.

### C. Definisi Operasional Penelitian

Operasional variabel adalah penjabaran mengenai indikator variabel yang mengidentifikasi kriteria sehingga dapat diobservasi agar memudahkan pengukuran terhadap variabel. variabel dalam penelitian ini, digambarkan melalui tabel operasional variabel berikut :

Tabel 2  
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Butir Pernyataan
Desain produk (Mas'ud dalam Azany, F., 2014)	Bagian terpenting dalam merancang suatu bentuk produk sehingga memiliki nilai dan kegunaan untuk Memenuhi keinginan konsumen yang disesuaikan dengan perkembangan zaman	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variasi desain</li> <li>2. Model terbaru,</li> <li>3. Desain mengikuti <i>trend</i></li> </ol>	<i>Likert</i>	<p>1,2,3,4</p> <p>5,6,7,8</p> <p>9,10,11</p>
<i>Online customer review</i> (Putri, L., & Wandebori, H., 2016)	Bagian dari komunikasi pemasaran yang sangat penting dalam peran pemasaran dan didasari oleh faktor-faktor yang memengaruhi pembelian konsumen berdasarkan review yang telah diperiksa pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manfaat yang dirasakan</li> <li>2. Kredibilitas sumber</li> <li>3. Kualitas argumen</li> <li>4. Valensi</li> <li>5. Jumlah alasan</li> </ol>	<i>Likert</i>	<p>12,13</p> <p>14,15</p> <p>16,17</p> <p>18,19,20,21 22,23</p>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Butir Pernyataan
Keputusan pembelian online  (Lin, L.Y. & Shih,H.Y,2012)	Proses dimana konsumen melakukan tindakan pembelian dan keputusan konsumen berorientasi pada target.	1. Pilihan produk	<i>Likert</i>	24,25,26,27
		2. Pilihan merek		28,29,30
		3. Pilihan toko		31,32,33

#### D. Populasi dan sampel

Berdasarkan pernyataan Sugiyono (2019:126), populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan kegiatan pembelian produk secara *online* menggunakan aplikasi Shopee di Bogor. Dalam suatu penelitian, apabila populasi berjumlah besar dan tidak diketahui jumlah pastinya maka peneliti tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi. Mengantisipasi hal ini, peneliti dapat mengambil sampel dari populasi yang menjadi objek dari penelitian. Pengambilan sampel memiliki aturan yaitu sampel harus representatif (mewakili) terhadap populasinya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *nonprobability sampling*. Teknik ini merupakan pengambilan sampel yang tidak memberi peluang bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis metode *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* atau disebut juga

*judgmental sampling* yaitu penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019:127).

Pada penelitian ini, jumlah pengguna aplikasi Shopee di Bogor tidak diketahui, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Mempertimbangkan keterbatasan biaya, tenaga dan waktu, peneliti menggunakan sampel yang harus mewakili populasi berdasarkan rumus Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2013:255) sebagai berikut:

$$N = \left( \frac{Z \alpha/2 \cdot \delta}{\varepsilon} \right)^2$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

Z = Nilai tabel Z = 0,05

$\delta$  = Standar Deviasi populasi (0,25 sudah ditentukan)

$\varepsilon$  = *Margin error*

maka sampel penelitian ini yaitu :

$$N = \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$N = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus tersebut, jumlah sampel yang akan digunakan yaitu sebesar 96 orang. Mengantisipasi kuesioner yang tidak dapat digunakan dalam penelitian atau tidak dapat diolah, maka sampel dibulatkan menjadi sebesar 100 orang.

Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% karena hal ini maka tingkat signifikan yaitu  $\alpha = 1-0,95$  hasilnya adalah 0,05.

berarti peluang melakukan kesalahan sebesar 5% dan tingkat kepercayaan membuat kesimpulan yang benar dalam penelitian ini sebesar 95%. Selain itu, tingkat signifikan 0.05 sering digunakan dalam penelitian bidang sosial ekonomi.

Tabel 3  
Tingkat kepercayaan

<b>Tingkat Kepercayaan</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>Nilai Kritis, <math>Z_{\alpha/2}</math></b>
90%	0,10	1,645
95%	0,05	1,96
99%	0,01	2,576

Sumber: people.usd.ac.id

Berdasarkan hal ini, peneliti menetapkan beberapa pertimbangan dengan kriteria agar data yang diperoleh dapat bersifat *representif* atau mewakili populasi dalam penelitian ini. Kriteria yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. konsumen yang membeli produk *fashion* berusia 17 tahun keatas dengan pertimbangan bahwa konsumen tersebut telah memiliki KTP dan sudah bisa berbelanja *online*.
2. konsumen yang membeli produk *fashion* setidaknya satu kali dengan menggunakan aplikasi Shopee yang tinggal di enam kecamatan Kota Bogor yaitu kecamatan Bogor Barat, Bogor Selatan, Bogor Timur, Bogor Tengah, Bogor Utara, dan Tanah Sereal.

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan teknik komunikasi tidak langsung

yaitu pengumpulan data dengan menggunakan media lain agar dapat berhubungan dengan sumber data. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan teknik Dokumenter dan Bibliografis. Penjabaran dari jenis data yang digunakan sebagai berikut:

#### 1. Data primer

Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2016:225). Sumber data didapatkan menggunakan teknik komunikasi tidak langsung yaitu pengumpulan data yang dilakukan menggunakan media lain untuk berhubungan dengan sumber data (Pedoman penulisan skripsi Stie Binaniaga, 2016:22) melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang berisi pernyataan-pernyataan mengenai desain produk, *online customer review*, dan keputusan pembelian.

Peneliti membuat daftar pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dan menyebarkan kepada responden yang menggunakan aplikasi Shopee di enam Kecamatan Kota Bogor. Kuesioner ini bersifat tertutup yang berarti pernyataan-pernyataan telah disediakan dan ditentukan oleh peneliti sehingga responden tidak perlu memberikan alternatif jawaban atas pernyataan yang disediakan.

#### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016:225) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Peneliti menggunakan teknik dokumenter dan bibliografis (Pedoman penulisan skripsi Universitas Binaniaga, 2016:22) yang bersumber dari

jurnal, *e-book*, dan literatur yang diambil melalui internet untuk mengumpulkan data-data yang digunakan dalam penelitian ini dan profil dari perusahaan yang akan diteliti dan dijadikan sebagai sumber daftar pustaka.

## **F. Instrumen Penelitian**

### 1. Kuesioner

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner *online* yang berisi pernyataan-pernyataan berhubungan dengan penelitian ini dan diharapkan responden memberikan pilihan dari pernyataan-pernyataan yang telah dibuat oleh peneliti. Tipe pernyataan dalam kuesioner, bersifat tertutup sehingga memudahkan responden memutuskan alternatif jawaban yang diberikan oleh peneliti. Kuesioner *online* dalam penelitian ini dibuat melalui *Google form* dan disebarluaskan melalui *online* seperti *whatsapp* dan media sosial.

### 2. Pengukuran

pengukuran pernyataan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019:146) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang disebut variabel penelitian. Penggunaan skala *likert* akan mengukur indikator variabel, kemudian dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item pernyataan pada kuesioner. Teknik pengukuran kuesioner menggunakan *agree-disagree scale* berarti

menghasilkan jawaban setuju-tidak setuju atas pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang diberi rentang nilai. Penggunaan skala yaitu dengan diberi skor 1-5 (sangat tidak setuju sampai sangat setuju).

Tabel 4  
Skala *Likert*

Kategori	Skor
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Ragu-ragu (R)	3
Setuju (S)	4
Sangat setuju (ST)	5

Sumber: (Sugiyono, 2016:138)

### 3. Dokumentasi

Mengingat PT. Shopee Indonesia merupakan perusahaan terkenal di Indonesia yang bergerak dalam bidang *e-commerce* maka profil perusahaan dapat dikumpulkan oleh peneliti melalui jurnal, *e-book*, dan literatur yang diambil melalui internet.

### G. Teknik Analisis data

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 20. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah (1) uji instrumen, (2) uji asumsi klasik, (3) analisis deskriptif, (4) analisis koefisien korelasi, (5) uji regresi linear berganda, (6) uji hipotesis, dan (7) uji koefisien determinasi. Berikut adalah penjabaran dari metode analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini.



## 1. Uji Instrumen

Pengujian instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas maka diharapkan hasil penelitian akan valid dan reliabel. Penjabaran danri uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan apa yang seharusnya diukur. Menurut Imam Ghozali (2018:52) kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment pearson*.

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2) (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$	: Koefisen korelasi X dan Y
N	: jumlah responden
X	: skor item soal
Y	: skor total soal
$\sum X$	: jumlah skor X
$\sum Y$	: jumlah skor Y
$\sum XY$	: jumlah hasil kali antara X dan Y
$\sum X^2$	: jumlah kuadrat skor distribusi X
$\sum Y^2$	: jumlah kuadrat skor distribusi Y

Pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pra kuesioner sampel (n) = 30 dengan rumus (df) =

$n-2$ , dimana  $n$  adalah sampel, jadi  $30-2 = 28$  dengan  $df = 28$  maka  $\alpha = 0,361$  (r tabel pada  $df=28$  dengan uji dua sisi). Pengujian validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% dengan syarat pengujian nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pernyataan dinyatakan valid (Ghozali, 2016:53).

#### b. Uji Reliabilitas

Pada dasarnya uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsistensi suatu kuesioner. Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data. Pengujian ini mengukur semua item pernyataan yang telah valid, Ghozali (2016:48) menyatakan jika nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,6 maka kuesioner dinyatakan reliabel. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *cronbach's Alpha* (Sugiyono, 2019:187)

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ \frac{Si^2 - \sum p_i q_i}{Si^2} \right\}$$

Keterangan:

- $k$  : Jumlah item dalam instrumen
- $p_i$  : Proporsi banyaknya subyek yang menjawab pada item 1
- $q_i$  :  $1 - p_i$
- $Si^2$  : Total *varians*

#### 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian analisis regresi linear berganda terhadap hipotesis penelitian, maka perlu untuk menguji asumsi klasik.

Uji asumsi klasik digunakan untuk yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastitas.

a. Uji Normalitas

Ghozali (2011:160), menyatakan bahwa “uji normalitas bertujuan untuk mengetahui model regresi variabel *dependent* dan *independent* memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal”. Dalam jurnal S, Vera Clara (2016:71) tujuan uji normalitas yaitu mengetahui distribusi data variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *one sample kolmogrov smirnov*. Rumus pengujiannya menurut (Ghozali,2011:165) :

$$KS = 1,36 \frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}$$

Keterangan:

KS = Nilai kolmogrov smirnov

$n_1$  = Jumlah sampel yang diperoleh

$n_2$  = Jumlah sampel yang diharapkan

Dengan tingkat signifikan 0,05 dan sampel (N) sebesar 100 maka ditetapkan nilai 1,36 didalam rumus Kolmogrov smirnov yang didapatkan dari tabel dibawah ini

Tabel 5  
Kolmogrov Smirnov

N	Signifikan				
	0.01	0.02	0.01	0.1	0.01
98	0.16465	0.15354	0.13738	0.12324	0.10809
99	0.16382	0.15277	0.13669	0.12261	0.10754
100	0.16300	0.15200	0.13600	0.12200	0.10700

Sumber: Anwar Hidayat, 2013

Dasar pengambilan ketentuan dalam uji normalitas yaitu :

1. Jika nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian dinyatakan menjadi distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi (sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian keadaan korelasi antar variabel *independent* (bebas) dalam model regresi. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi dan *variance inflation factor* (vif). Rumus yang digunakan dalam uji multikolinearitas berdasarkan Singgih Santoso (2012:236) :

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \quad \text{atau} \quad Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

Keterangan :

*VIF* (*Variance inflation factor*) = Faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat  
*Tolerance* = Tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik  
 1 = Batas angka *tolerance*

Dasar pengujian multikolinearitas menurut (Ghozali, 2011:105) yaitu :

1. Batas *VIF* adalah 10 dan memiliki angka tolerance mendekati 1
2. Jika nilai toleransi  $< 0,10$  dan  $vif > 10$ , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.
3. Jika nilai toleransi  $> 0,10$  dan  $vif < 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji dimana keadaan dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan yang lain. Jika varian dari residual pengamatan lain tetap disebut homokedastisitas, namun jika berbeda disebut heterokedastisitas (Ghozali, 2016:134).

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika terjadi gejala heterokedasitas maka berakibatkan keraguan dan ketidakakuratan data. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan model uji Scatterplot. Model ini dilakukan dengan melihat pola dari gambar. Dasar pengambilan keputusan pada model uji scatterplot sebagai berikut:

- a) Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar, kemudian menyempit, maka telah terjadi heteroskedastisitas.

b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Fungsi yang digunakan dalam penelitian sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Data yang baik memiliki hubungan variabel antara variabel *dependent* dan *independent* (Ghozali, 2016:159). Dasar keputusan dalam uji linearitas sebagai berikut :

- a. Jika nilai *deviation from linearity sig.*  $> 0,05$  maka terjadi hubungan linear secara signifikan antara variabel *dependent* dan *independent*.
- b. Jika nilai *deviation from linearity sig.*  $< 0,05$  maka tidak terjadi hubungan linear secara signifikan antara variabel *dependent* dan *independent*.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2019:206). Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi lebih mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan jawaban responden dari indikator variabel yang berupa pernyataan dalam kuesioner yang dibuat oleh peneliti. Jenis analisis

deskriptif yang digunakan berupa nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, median, modus, dan standar deviasi menggunakan SPSS 20.

#### 4. Analisis koefisien korelasi

Analisis koefisien korelasi merupakan salah satu metode statistika yang akan menguji hubungan antara dua variabel atau lebih. Sujarweni, (2019:127) menyatakan bahwa jika antara variabel memiliki hubungan maka akan dicari seberapa kuat hubungan tersebut. Keeratan hubungan ini dinyatakan dalam bentuk koefisien korelasi.

Korelasi dilambangkan dengan  $r$ , nilai koefisien korelasi terdapat dalam batas antara -1 hingga +1 ( $-1 \leq r \leq 1$ ) (Sujarweni, 2019:127). Korelasi yang positif menunjukkan adanya korelasi yang positif, sedangkan korelasi negatif menunjukkan korelasi yang negatif.

Variabel yang diteliti adalah data interval maka teknik statistik yang digunakan adalah *pearson correlation product moment*. Sugiyono (2013:248) menggunakan metode analisis sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} - \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *pearson*

$x_i$  = Variabel *independent*

$y_i$  = Variabel *dependent*

$n$  = Jumlah sampel

Berdasarkan hasil dari perhitungan akan memunculkan tiga alternatif, yaitu:

1. Jika,  $r = 0$  atau mendekati 0, maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika  $r = +1$  atau mendekati +1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.
3. Jika  $r = -1$  atau mendekati -1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Penentuan koefisien korelasi menggunakan tabel pedoman sebagai berikut :

Tabel 6  
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono,2016)

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016:192) analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel *dependent* dan dua atau lebih variabel *independent*. Jadi, analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel *independent* minimal dua.



Peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel *independent* (X) dan variabel *dependent* (Y). Dalam penelitian ini, variabel *independent* adalah desain produk (X<sub>1</sub>) dan *online customer review* (X<sub>2</sub>) sedangkan variabel *dependent* adalah keputusan pembelian (Y). Persamaan regresi berganda menggunakan rumus menurut Sugiyono (2017:275).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = variabel *dependent*

a = angka Konstanta

b<sub>1,2</sub> = koefisien regresi variabel

X<sub>1</sub> = subjek ketika variabel *independent* memiliki nilai tertentu

X<sub>2</sub> = subjek ketika variabel *independent* memiliki nilai tertentu

e = variabel pengganggu (variabel yang tidak diteliti)

## 6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Uji hipotesis yang dilakukan adalah uji hipotesis secara simultan (uji f) dan secara parsial (uji t) penjabaran uji hipotesis sebagai berikut.

### a. Uji Hipotesis t

Menurut Ghozali (2016:171) uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara

parsial. Uji hipotesis t akan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95%. Sugiyono (2016) rumus Uji hipotesis T sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi

r<sup>2</sup>: koefisien determinasi

n : jumlah anggota sampel

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1) Ho :  $\beta_1 = 0$

Tidak ada pengaruh desain produk (X<sub>1</sub>) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Ha :  $\beta_1 \neq 0$

Ada pengaruh desain produk (X<sub>1</sub>) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

2) Ho :  $\beta_2 = 0$

Tidak ada pengaruh *online customer review* (X<sub>2</sub>) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Ha :  $\beta_2 \neq 0$

Ada pengaruh *online customer review* (X<sub>2</sub>) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji t dalam Penelitian ini menggunakan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai t hitung > t tabel dan signifikansi < 0,05, maka

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Lalu, jika nilai  $t$  hitung  $<$  nilai  $t$  tabel dan signifikansi  $>$  0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b. Uji Hipotesis F

Menurut Ghozali (2016:96) uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel *independent* yaitu desain produk ( $X_1$ ) dan *online customer review* ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian *online* ( $Y$ ). Berdasarkan Sugiyono (2013:257) rumus Uji hipotesis F sebagai berikut:

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R : koefisien korelasi ganda

k : jumlah variabel *independent*

n : jumlah anggota sampel

uji hipotesis F dalam penelitian ini menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan menggunakan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai signifikan  $<$  0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, secara simultan variabel *independent* ( $X$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* ( $Y$ )
2. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai signifikan  $>$  0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, secara simultan variabel

*independent* (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* (Y)

#### 7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel *dependent* (Ghozali,2016:98). Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Artinya, jika  $R^2 = 0$  maka menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent*. Berdasarkan Sugiyono (2012:257) rumus yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel *independent* dan variabel *dependent* sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi

$R^2$  : Koefisien korelasi yang dikuadratkan