

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013 : 2), Metode penelitian pada dasarnya yaitu cara ilmiah guna mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan definisi tersebut terdapat empat hal yang perlu diperhatikan dengan seksama yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah yang berarti penelitian yang dilakukan harus berdasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional yaitu penelitian tersebut dilakukan dengan metode yang masuk akal, sehingga dapat terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris yaitu metode yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lainpun dapat mengamati dan mengetahui metode-metode yang digunakan. Sistematis yaitu proses yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan tahapan-tahapan tertentu yang bersifat logis. Data yang diperoleh melalui penelitian ini yaitu data empiris (teramati) yang memiliki kriteria tertentu yaitu valid, di mana jika data yang diteliti tersebut *valid* maka data pasti *reliabel* dan objektif.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sebab data penelitiannya yaitu berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, guna memperoleh hasil yang signifikan secara parsial dari variabel yang akan diteliti. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang

mencari pengaruh atau hubungan sebab akibat antara variabel independen (X) dan dependen (Y) (Sugiyono, 2013 : 37).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Bogor yang meliputi wilayah kabupaten dan kota Bogor. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2021.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013 : 80). Sedangkan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan proses pembelian menggunakan aplikasi Bukalapak yang bertempat tinggal di daerah Bogor. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013 : 81). Jika populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, seperti keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi itu.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sebuah sampel. Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat macam-macam teknik sampling diantaranya yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Sementara itu, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada metode sampel nonprobabilitas (*nonprobability sampling*), sebab populasi tidak diketahui serta tidak memenuhi persyaratan untuk melakukan *probability sampling*. Berdasarkan hal itu maka penulis menggunakan sampel nonprobabilitas (*nonprobability sampling*), yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Karena populasi tidak diidentifikasi jumlahnya, sehingga sample yang diambil tidak memiliki peluang yang sama.

Dalam pengambilan *nonprobability sampling*, komponen dalam populasi tidak memiliki probabilitas apapun yang tertuju untuk terpilih sebagai subjek sampel tersebut. Hal itu dapat diartikan bahwa temuan dari studi terhadap sampel tidak bisa digeneralisasikan secara tepat terhadap populasinya. Melainkan seperti disebutkan sebelumnya bahwa saat penulis kurang memerhatikan generalisasi dibandingkan memperoleh beberapa informasi pendahuluan dengan cara yang mudah. Oleh karena itu dapat menggunakan pengambilan sampel nonprobabilitas. Ada kalanya pengambilan sampel nonprobabilitas menjadi satu-satunya cara dalam mendapatkan sebuah data (Sekaran & Bougie, 2017 : 67).

Teknik sampel ini terdiri dari *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, dan snowball* (Sugiyono, 2013). Sedangkan Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*. *Sampling purposive* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan khusus (Sugiyono, 2013). Maka dari itu, sampel yang dipilih ditentukan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu atau khusus untuk mendapatkan sampel yang representatif. Kriteria yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang pernah berbelanja di Bukalapak dan yang berdomisili di Bogor.

Dalam penelitian ini perhitungan sampel menggunakan rumus *Lemeshow*, perhitungan tersebut dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti.

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Sumber: Riyanto, Slamet & Hatmawan, Aglis Andhita (2020 : 13)

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- $Z_{1-\alpha/2}^2$ = Skor z pada kepercayaan
- P = Maksimal estimasi
- d = Tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan yaitu sebesar 95% sedangkan tingkat kesalahan yaitu sebesar 5% dan dan maksimal

estimasi yaitu sebesar 0,5, maka perhitungannya dalam penentuan sampel yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 (0,5)}{0,0025}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Jadi sampel yang diperoleh sebesar 384,16 lalu dibulatkan menjadi 385 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013 : 38). Variabel juga dapat berupa atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.

Menurut Sugiyono (2013 : 39) dalam hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel yang lain, terdapat beberapa variabel penelitian yang dapat dibedakan menjadi sebagai berikut:

1. Variabel Independen. Variabel ini biasa disebut juga sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Sedangkan dalam bahasa Indonesia biasa

disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

2. Variabel Dependen. Variabel ini biasa disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Sedangkan dalam bahasa Indonesia sendiri biasa disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Sedangkan dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dua variabel yaitu kualitas website, dan kepercayaan merupakan variabel independent (bebas). Sementara kepuasan pelanggan termasuk kedalam variabel dependen (terikat).

1. Kualitas Website

Menurut Olsina dalam Indriyani & Helling (2018 : 59), kualitas website menilai kualitas isi yang ada di website dalam hal seperti navigasi, keindahan, fungsi, dan hal-hal yang mempengaruhi. Web merupakan kunci keberhasilan sebuah perusahaan yang bertindak sebagai saluran komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan (Qalati et al., 2021).

2. Kepercayaan

Menurut Akbar dan parvez dalam Sari & Yasa (2020 : 23) berpendapat bahwa kepercayaan hanya ada saat salah satu pihak yang yakin dengan hubungan kerjasama yang dapat diandalkan dan memiliki integritas. Menurut Bauman dan Bachmann dalam Qalati et al. (2021) kepercayaan *online* adalah faktor yang sangat penting dalam strategi

bisnis karena dapat mengurangi risiko yang dirasakan serta menciptakan berita yang positif dari mulut ke mulut

3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Lane (2016:139) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara apa yang di harapkan dengan realitas yang sebenarnya.

E. Operasional Variabel

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka dijelaskan pada tabel operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Website (X^1)	Kualitas website merupakan instrumen yang mengukur dan mengakses setiap kegunaan, fungsi, serta manfaat dari proses interaktif antara pengguna dan penyedia layanan tersebut (Hsu, Chang, & Chen dalam Widagdo & Roz, 2021)	1) Desain situs web 2) Layanan pelanggan 3) <i>Fulfillment/Reliability</i> (pemenuhan/keandalan) 4) <i>Security/privacy</i> (keamanan/privasi)	Skala Likert
Kepercayaan (X^2)	Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa individu akan menemukan apa yang mereka inginkan terhadap diri orang lain, tetapi bukan yang mereka takutkan (Sari & Yasa, 2020:23)	1) Kemampuan (<i>ability</i>) 2) Kebaikan hati (<i>benevolence</i>) 3) Integritas (<i>integrity</i>)	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan gembira atau kecewa yang	1) Ekspektasi pelanggan (<i>consumer</i>	Skala Likert

	<p>diperoleh individu dari membandingkan antara kinerja produk yang dipersepsikan dengan ekspektasinya (Richard L. Oliver, dalam Tjiptono & Diana, 2019).</p>	<p><i>expectation</i>)</p> <p>2) Persepsi kualitas (<i>perceived quality</i>)</p> <p>3) Persepsi nilai (<i>perceived value</i>)</p> <p>4) Komplain pelanggan (<i>customer complaints</i>)</p> <p>5) Loyalitas pelanggan (<i>customer loyalty</i>)</p>	
--	---	---	--

F. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumbernya yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisi pernyataan-pernyataan mengenai hal yang berkaitan dengan kualitas website, kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, data sekunder dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sistem *online* (internet).

1. Kuisoner

Penulis menyebarkan angket berupa pernyataan-pernyataan kepada pelanggan penggunaan aplikasi Bukalapak di daerah Bogor guna mengetahui pengaruh kualitas website, kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dengan bantuan dari Google Form.

2. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data dengan menggunakan catatan-catatan ataupun dokumentasi yang sejalan dengan penelitian ini.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan kuesioner melalui online. Kuisoner berupa angket diberikan kepada para responden serta diharapkan setiap masing-masing responden akan mengisinya dengan pendapat dan persepsi setiap individu responden itu sendiri. Penyebaran angket akan disebarakan melalui Google Form.

Skala yang digunakan untuk mengukur penelitian ini yaitu skala likert. Menurut Sugiyono (2015 : 134) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara khusus oleh peneliti, yang mana selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator variabel. Lalu indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak guna menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan ataupun pertanyaan.

Kategori penilaian skala likert umumnya dari 1-5 dan penilaian skor masing-masing angka tersebut ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 2
Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2015 : 135)

H. Metode Analisis Data

Analisis data yaitu kegiatan yang sangat penting dalam penelitian, sebab dengan analisislah data dapat mempunyai arti atau makna yang dapat berguna untuk memecahkan masalah suatu penelitian (Hastono, 2016 : 76). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 20. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana akurasi suatu alat ukur dalam mengukur suatu data (Hastono, 2016 : 60). Jadi, uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah kuesioner. Jika suatu variabel (pertanyaan) dikatakan valid bila skor variabel tersebut berhubungan secara signifikan dengan skor totalnya. Teknik korelasi yang digunakan yaitu dengan menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

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

Sumber: Hastono (2016 : 61)

Keterangan :

r = Angka koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah responden

X = Skor pertanyaan yang akan diuji validitasnya

Y = Skor total tanpa melibatkan pertanyaan yang dikaji

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Bila $r_{hitung} > r_{tabel} \rightarrow$ berarti variabel valid.

Bila $r_{hitung} < r_{tabel} \rightarrow$ berarti variabel tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali ataupun lebih pada gejala yang sama dan dengan alat ukur yang sama juga. Artinya, kapanpun alat ukur tersebut digunakan maka dapat memberikan hasil yang sama pula.

Dalam pengujian reliabilitas dapat merujuk pada nilai *Cronbach Alpha* (α), yang mana suatu konstruk ataupun variabel dinyatakan reliabel apabila mempunyai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,7$ (Ghazali dalam Riyanto & Hatmawan, 2020 : 75). Sedangkan menurut Hastono (2016 : 62) jika *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ maka artinya variabel reliabel. Jika *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka artinya variabel tidak reliabel. Untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan rumusan sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Sumber: Riyanto & Hatmawan (2020 : 75)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σt^2 = Varian total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna mengetahui apakah model regresi yang dibuat dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik. Uji asumsi klasik yang akan digunakan yaitu uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Secara umum Uji normalitas digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Uji normalitas juga digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak (Nuryadi et al., 2017 : 80). Sedangkan metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah analisis statistik dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dan taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%. Adapun dasar pengambilan keputusan uji normalitas (Hantono, 2018 : 58) yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data residual tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data residual tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas berfungsi untuk melihat apakah model yang dibangun memiliki hubungan linear atau tidak. Suatu model korelasi dan regresi dapat dinyatakan baik bila ada hubungan yang linear antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Dalam Penelitian ini uji linearitas dilakukan dengan grafik *scatter-plot* melalui perangkat komputer dengan program dari SPSS 20.

Menurut Santoso (2014 : 355) dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas grafik *scatter-plot* yakni dengan melihat pola pada grafik. Bila terdapat pola yang jelas dari plot data dalam menunjukkan arah hubungan positif maupun negatif maka asumsi linearitas dinyatakan sudah terpenuhi. Sementara itu, bila plot data tidak membentuk pola yang jelas maka asumsi linearitas dinyatakan tidak terpenuhi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya korelasi yang terjadi antara variabel bebas (*independen*) satu dengan variabel bebas lainnya (Riyanto & Hatmawan, 2020 : 139). Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan

uji regresi, dengan nilai patokan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dapat dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- 2) Jika nilai *Tolerance* ≥ 0.10 , maka dapat dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heterokedastisitas* adalah alat uji model regresi yang bertujuan untuk mengetahui ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Riyanto & Hatmawan, 2020 : 139). Model regresi yang baik yakni yang *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Metode untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola scatterplot yakni dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel (ZPRED) dengan residual (SRESID). Adapun dasar-dasar analisisnya yaitu sebagai berikut :

- 1) Bila ada pola-pola tertentu yakni seperti titik-titik yang ada membantu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Bila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedesitas.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013 : 147) Statistik deskriptif merupakan statistik yang berfungsi untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan ataupun menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum ataupun generalisasi. Adapun analisis deskriptif statistik yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan ukuran nilai tengah di mana dengan menggunakan skor rata-rata (mean) yang dicapai masing-masing indikator serta persentase sebaran jawaban responden dari kuesioner yang digunakan.

4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui bahwa ada tidaknya hubungan antarvariabel dan keeratan hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah serta kuatnya hubungan antara variabel yang sedang diteliti (Kurniawan & Yuniarto, 2016 : 19). Koefisien korelasi berganda dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2 \cdot r_{x_1y} \cdot r_{x_2y} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Sumber : Riduwan & Akdon (2015 : 128)

Keterangan :

$R_{x_1x_2y}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{x_1y} = Korelasi Product Moment antara X_1 dengan Y

r_{x_2y} = Korelasi Product Moment antara X_2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi Product Moment antara X_1 dengan X_2

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang erat antara kualitas website dan kepercayaan dengan kepuasan pelanggan pada penyedia jasa e-commerce Bukalapak di Bogor, penulis menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 3
Pedoman Koefisien Korelasi

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

Sumber : Riduwan & Akdon (2015 : 124)

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear merupakan suatu model matematis yang digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuannya untuk membuat perkiraan nilai suatu variabel (*variabel dependen*) melalui variabel yang lain (*variabel independen*) (Hastono, 2016 : 146).

Sementara itu, Analisis regresi linier berganda dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kualitas website dan

kepercayaan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Regresi berganda digunakan bila terdapat satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Dengan menggunakan persamaan regresi sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y = variabel dependen (kualitas website)
- α = bilangan konstanta
- $\beta_{1,2}$ = koefisien regresi variabel independen
- X_1 = subyek saat variabel independen (kualitas website)
mempunyai nilai tertentu
- X_2 = subyek saat variabel independen (kepercayaan)
mempunyai nilai tertentu
- e = variabel lain yang tidak diteliti (error)

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk membantu menentukan apakah suatu hipotesis yang diajukan cukup menyakinkan untuk diterima atau tidak diterima (Hastono, 2016 : 105). Uji hipotesis yang akan diujikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari variabel independen (kualitas website dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji model regresi atas pengaruh seluruh variabel independen (bebas) yaitu kualitas website (X_1) dan kepercayaan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

variabel dependennya (terikat) yaitu kepuasan pelanggan secara simultan atau bersama-sama. Sementara itu, kriteria dalam pengambilan keputusan uji F dengan menggunakan SPSS, yaitu:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara simultan variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya secara simultan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) yaitu kualitas website (X1) dan kepercayaan (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.

Dalam pengambilan keputusan uji t (uji parsial) menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, yaitu :

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, atau variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, atau variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi juga merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Dalam menentukan R^2 dapat dilihat dari hasil output SPSS itu sendiri, bila nilai R^2 semakin besar, itu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dan signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebaliknya pun begitu. Sementara itu, Koefisien determinasi dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut.

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KP : Nilai Koefisien Determinan

r : Nilai Koefisien Korelasi