

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

##### 1. Pendekatan penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiono, penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*).<sup>1</sup>

Dalam penelitian ini data-data dikumpulkan menggunakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada responden. Pengolahan data tersebut menggunakan alat bantu program *Statistik Package for Sosial Science versi 22.0* untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

##### 2. Jenis penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian kuantitatif ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>2</sup> Dalam penelitian asosiatif terdapat tiga hubungan, yang mana penelitian ini menggunakan hubungan kausal.

---

<sup>1</sup> Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 11.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal. 11.

Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.<sup>3</sup> Sehingga dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

## **B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

### 1. Populasi penelitian

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>4</sup> Berdasarkan dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa populasi penelitian adalah keseluruhan objek atau subjek yang akan diteliti oleh peneliti. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung angkatan tahun 2016/2017 berdasarkan data sebanyak 598 mahasiswa.<sup>5</sup>

### 2. Sampel penelitian

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Penelitian ini menggunakan sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel,

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, hal. 30.

<sup>4</sup> *Ibid.*, hal. 39.

<sup>5</sup> Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam IAIN TA, 5 Mei 2019

bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Jumlah anggota sample sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Jumlah sample yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah jumlah anggota populasi itu sendiri. Untuk penelitian jumlah populasi yang terlalu banyak akan kita ambil untuk dijadikan sample dengan harapan jumlah sample yang kita ambil dapat mewakili populasi yang ada. Untuk menentukan ukuran sample menggunakan rumus slovin sebagai berikut:<sup>6</sup>

Dalam penelitian ini saya mengambil sampel dari populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang melakukan pembelian barang *online* sebanyak 598 mahasiswa<sup>7</sup>. Rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

---

<sup>6</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2018), hal. 176.

<sup>7</sup> Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam IAIN TA, 5 Mei 2019

Dalam penelitian ini, jumlah sampel Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2016/2017 berjumlah 598 orang adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{598}{1 + (598 \times 0.05^2)} \\
 &= \frac{598}{1 + 1.495} \\
 &= \frac{598}{2.495} \\
 &= 239.6 \text{ dibulatkan menjadi } 240
 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, presentase yang digunakan sebesar 5% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah perhitungan dari jumlah populasi 598 mahasiswa maka sampel dalam penelitian ini berjumlah (n) 239.6 namun karena subjeknya bukanlah bilangan pecahan maka dibulatkan menjadi 240 responden.

### 3. Sampling penelitian

Teknik sampling merupakan teknik untuk pengambilan sampel penelitian yang akan diteliti. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Dalam pengambilan sampel ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu mengetahui karakteristik, ciri, dan sifat populasi

terlebih dahulu. Apakah populasi tersebut bersifat homogen atau heterogen.<sup>8</sup>

Penentuan sampling pada penelitian berikut, peneliti menggunakan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan sampling random sederhana (*simple random sampling*) alasannya karena *simple random sampling* ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.<sup>10</sup> Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 118-119.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal.74.

<sup>10</sup> Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 176.

<sup>11</sup> Suahrsimi Arikunto, *Prosedur suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 177.

## C. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukuran

### 1. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini mengumpulkan informasi yang diperoleh dalam penelitian menggunakan data sebagai berikut:

#### a. Data primer

Data primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan terstruktur).<sup>12</sup>

Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh secara langsung dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah.

#### b. Data sekunder

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data dari perpustakaan, buku-buku literatur dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang diperoleh dari lapangan penelitian.

### 2. Variabel Penelitian

Secara garis besar penelitian ini memiliki dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat (*dependen*) adalah

---

<sup>12</sup> Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 130.

variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas.<sup>13</sup> Variabel bebas disimbolkan dengan X dan variabel terikat disimbolkan dengan Y. Dalam penelitian ini ada tiga variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain dan ada satu variabel terikat yang dipengaruhi variabel lain. Adapun variabel tersebut adalah:

- a. Variabel bebas (X) yaitu variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel lain diantaranya Harga (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kepercayaan (X3)
- b. Variabel terikat (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel adalah Keputusan Pembelian Barang *Online* (Y)

### 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dimana fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.<sup>14</sup>

Skala *likert* disebut juga *summated rating scale*. Skala ini banyak digunakan karena skala ini memperbanyak peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 38-39.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 86.

persetujuan atau *agreement* terhadap suatu pertanyaan. Pertanyaan diberikan berjenjang mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi.<sup>15</sup>

Dengan menggunakan skala pengukuran *likert* 5 poin. Pada penelitian ini penulis menggunakan skala *likert* yang setiap pertanyaannya dijawab dengan skor 1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=kurang setuju, 4=setuju, 5=sangat setuju. Berikut ini adalah gambaran dari setiap skor dalam skala *likert*:

**Tabel 3.1**

**Skala *Likert***

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

##### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa penyebaran kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disebarkan kepada mahasiswa selaku responden untuk memperoleh data terkait pengaruh harga, kualitas informasi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian barang *online*.

---

<sup>15</sup> Bilson Simamora, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2004), hal. 147.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang melakukan transaksi pembelian secara *online*. Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah di Kabupaten Tulungagung. Peneliti memilih lokasi dan obyek penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas informasi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian barang *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.<sup>16</sup>

Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberi definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang diukur. Dari indikator itu kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Untuk mempermudah penyusunan

---

<sup>16</sup> Soeratno dan Lincoln Arsyad, *Metode Penelitian...*, hal. 96-97.

instrumen penelitian, maka perlu digunakan “*kisi-kisi instrument*”, yaitu sebagai berikut:<sup>17</sup>

Sumber instrumen yang digunakan dikutip berdasarkan penelitian terdahulu dengan alasan adanya kesesuaian dari variabel-variabel yang akan diuji.

---

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 98

Tabel 3.2

## Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Teori	Indikator	No. Item
Harga (X1) <sup>18</sup>	1. Keterjangkauan harga	1. Harga dapat dijangkau konsumen. 2. Pencapaian konsumen terhadap harga.	1
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Harga sesuai harga pasar 2. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	2
	3. Daya saing harga	1. Harga lebih ekonomis 2. Diskon mempengaruhi konsumen	3
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Konsumen merasakan hasil dalam harga 2. Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat	4
Kualitas Informasi (X2) <sup>19</sup>	1. Kesesuaian produk dengan informasi	1. Informasi sesuai yang ditawarkan 2. Informasi sesuai yang diinginkan	5
	2. Informasi yang diberikan tepat waktu dan selalu <i>update</i>	1. Informasi yang diberikan menarik 2. Informasi yang <i>update</i>	6

<sup>18</sup> Kotler, Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*, (Jakarta: Perhallindo, 2010) , hal. 18.

<sup>19</sup> Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2015), hal. 283-284.

	3. Kesesuaian informasi dengan spesifikasi produk	1. Informasi produk yang detail 2. Kepuasan konsumen terhadap produk	7
	4. Keakuratan Informasi	1. Informasi yang mencerminkan produk 2. Kepuasan konsumen terhadap produk	8
Kepercayaan (X3) <sup>20</sup>	1. Keyakinan terhadap kualitas produk	1. Kepercayaan produk 2. Kualitas unggul	9
	2. Pelayanan produsen	1. Respon baik bagi keduanya 2. Pelayanan yang ramah	10
	3. Produsen yang dapat dipercaya	1. Terciptanya keakraban konsumen 2. Penjelasan penjual bisa dimengerti oleh konsumen	11
	4. Sering melakukan pembelian <i>online shop</i>	1. Respon yang cepat 2. Penjual yang baik dan ramah	12
Keputusan Pembelian (Y) <sup>21</sup>	1. Pertimbangan kebutuhan dari produk	1. Keyakinan dalam pembelian produk 2. Sesuai dengan kebutuhan	13
	2. Situs <i>online</i> yang sesuai dengan kriteria	1. Banyaknya konsumen menggunakan situs <i>online shop</i> tersebut 2. Situs <i>online shop</i> yang terkenal	14

<sup>20</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hal. 135-136.

<sup>21</sup> Sopiah dan Sangadji, *Salesmanship (Kepenjualan)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hal. 247.

	3. Keputusan membeli atau tidak	1. Keyakinan dalam pembelian produk 2. Sesuai dengan keinginan	15
	4. Prosesnya yang mudah	1. Menghemat waktu 2. Prosesnya cepat dan mudah	16

Sumber: *Kajian Teoritik*, 2019

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>22</sup> Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda, dan terdiri dari beberapa bagian, yaitu antara lain:

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen.<sup>23</sup> Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 207.

<sup>23</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Kedua*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 168.

dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpha*) dengan nilai  $r$  tabel, dengan kriteria sebagai berikut:

- a)  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir atau pertanyaan tersebut valid
- b)  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka butir atau pertanyaan tersebut tidak valid

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan skala keajekan atau konsisten atau istiqomah dalam pengukuran.<sup>24</sup> Reliabilitas adalah kemantapan atau stabilitas antara hasil pengamatan dengan instrumen atau pengukuran.<sup>25</sup> Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti yang sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data yang bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

---

<sup>24</sup>Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 71.

<sup>25</sup>Teguh Wahyono, *25 Model Analisis Statistik dengan SPSS 17*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009), hal. 251.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan uji *Cronbach Alpha*. Skala *Cronbach Alpha* dikelompokkan dalam lima kelas dengan rentang yang sama diantaranya sebagai berikut:

- 1) Nilai *Cronbach Alpha* 0,00 sampai dengan 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai *Cronbach Alpha* 0,21 sampai dengan 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai *Cronbach Alpha* 0,41 sampai dengan 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *Cronbach Alpha* 0,61 sampai dengan 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai *Cronbach Alpha* 0,81 sampai dengan 1,00 berarti sangat reliabel.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas ini menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak pada pengujian statistik dilakukan dengan cara berikut:

- 1) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-Tailed)* > persentase kesalahan yang ditolerir (0,05). Maka data dapat dikatakan normal.
- 2) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-Tailed)* < persentase kesalahan yang ditolerir (0,05). Maka data dapat dikatakan tidak normal.

## b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.<sup>26</sup> Jika variabel bebas berkorelasi sempurna, maka dapat disebut dengan multikolinearitas sempurna. Untuk dapat mengetahui ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

- 1) Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila koefisien korelasi antarvariabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ( $r < 0,60$ ). Variabel yang tidak mengandung multikolinearitas valid digunakan untuk melakukan peramalan.
- 2) Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila VIF hitung lebih kecil dari pada VIF ( $VIF_{hitung} < VIF$ ) dengan misalnya sebesar 5% atau 0,05. VIF diperoleh dengan rumus sebagai berikut.  $VIF = 1 / \alpha$ .
- 3) Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai Tolerance lebih besar dari  $\alpha$  ( $Tolerance > \alpha$ ) misalnya sebesar 5% atau 0,05.

---

<sup>26</sup> Ali Mauludi, *Teknik Belajar Staistika 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hal. 197

<sup>27</sup> *Ibid*, hal. 209

c. Uji Heterodastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama maka disebut terjadi homoskedastisitas, dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut tidak heteroskedastisitas.<sup>28</sup>

Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut.

Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Secara umum analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variable *independen* (variable X) terhadap variable *dependen* (variabel Y). Pada regresi berganda variable *independen* (variable X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variable *dependen* (variable Y), jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian

---

<sup>28</sup> *Ibid*, hal.204

ini, variabel *independennya* adalah kualitas produk, harga, tempat dan promosi ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) sedangkan variabel *dependennya* adalah keputusan pembelian ( $Y$ ). Sehingga persamaan regresi bergandanya adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Keputusan Pembelian

$X_1$  = Variabel Harga

$X_2$  = Variabel Kualitas Informasi

$X_3$  = Variabel Kepercayaan

$a$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien masing-masing faktor

$e$  = Kesalahan atau *prediction error*

Dari hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, baik secara simultan atau parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

#### 4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang telah disusun berdasarkan data penelitian. Uji hipotesis yang digunakan yaitu uji t (t-test) dan uji f.

a. Uji T (T-Test)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh keterlibatan variabel Kualitas produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) secara parsial atau individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian konsumen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan df  $n-k$  (jumlah sampel – jumlah seluruh variabel) dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan probabilitas t lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen (tolak  $H_0$  terima  $H_a$ ).

Dengan kriteria pengujian:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai probabilitas t (Signifikan t)  $\leq \alpha$
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas t (Signifikan t)  $\geq \alpha$

Untuk mengetahui apakah pengaruh Harga, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian barang *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung.

- 1) Apabila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya masing-masing variabel Harga, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung.

2) Apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya masing-masing variabel Harga, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung.

b. Uji Statistik F (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Harga ( $X_1$ ), Kualitas Informasi ( $X_2$ ) dan Kepercayaan ( $X_3$ ) secara keseluruhan atau simultan terhadap Keputusan pembelian ( $Y$ ). Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$  dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Jika nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan probabilitas  $t$  lebih kecil dari 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen (tolak  $H_0$  terima  $H_a$ ).

Dengan kriteria:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai probabilitas F (Signifikan F)  $\leq \alpha$
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas F (Signifikan F)  $\geq \alpha$

Untuk mengetahui apakah variabel Harga, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian barang *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung.

- 1) Apabila  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka keputusannya menerima hipotesis nol ( $H_0$ ), artinya variabel Harga, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang online mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung.
- 2) Apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_1$ ), artinya variabel Harga, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang online mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase variabel bebas secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 1, artinya nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.<sup>29</sup> Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, artinya variabel bebas tidak mampu menjelaskan variabel-variabel terikat. Keeratan korelasi dapat dikelompokkan sebagai berikut:

---

<sup>29</sup>Sutrisno Hadi, *Analisis Korelasi dan Regresi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), hal. 36.

- 1) 0,00 sampai 0,20 berarti korelasi memiliki keeratan sangat lemah.
- 2) 0,21 sampai 0,40 berarti korelasi memiliki keeratan lemah.
- 3) 0,41 sampai 0,70 berarti korelasi memiliki keeratan kuat.
- 4) 0,71 sampai 0,90 berarti korelasi memiliki keeratan sangat kuat.
- 5) 0,91 sampai 0,99 berarti korelasi memiliki keeratan kuat sekali.