

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah objek yang akan di selidiki atau sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk bisa dipelajari sehingga diperoleh informasi-informasi tentang hal tersebut. Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang sudah dirumuskan dan hipotesis yang sudah diajukan , maka variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan satu variabel tergantung dan tiga variabel bebas yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

a. Variabel Dependen (*Dependent Variable*)

Variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dinamakan variabel terikat atau variabel variabel dependen karena kondisi atau variasinya terikat atau dipengaruhi oleh variasi variabel lain, yaitu dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini seringkali disebut sebagai variabel respon yang dilambangkan dengan variabel Y.

b. Variabel Independen (*Independent Variable*)

Variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain sehingga dapat dikatakan bahwa perubahan yang terjadi

pada variabel ini diasumsikan akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel yang lainnya. Variabel ini sering disebut sebagai prediktor dan dilambangkan dengan X.

Berkaitan dengan penelitian ini maka variabel dependen dan independen adalah sebagai berikut :

a. Variabel Dependen yaitu :

Y = Keputusan Pembelian

b. Variabel Independen yaitu :

X1 = Keamanan

X2 = Promosi

X3 = Harga

Sedangkan definisi operasional pada Tabel 3.1 adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional variabel kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Teori
Keamanan	Kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data.	1.Tidak menyalahgunakan data pribadi konsumen 2.Menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen dari para hacker	Abdurrahman adi sukma (2012)

		3.Memberikan keyakinan akan jaminan keamanan	
Variabel	Definisi	Indikator	Teori
Promosi	Usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif yang pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa	1.Jangkauan promosi 2.Kuantitas penayangan iklan di media sosial 3.Kualitas penyampaian pesan pada saat menayangkan iklan di media promosi	JacksonR.S.Wearness (2013)
Harga	Satuan dari jumlah uang yang ditukarkan untuk dapat memperoleh manfaat dari suatu produk atau sebuah jasa.	1.Keterjangkauan harga 2.Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3.Kelayakan Harga	Fransiska Vania Sudjarmika (2017)
Keputusan Pembelian	Proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif,dan memilih salah satu diantaranya	1.Kebutuhan akan produk tersebut 2.Refrensi orang lain 3.Kemudahan mendapatkan barang /Barang datang dengan sendirinya	Jilly Bernadette Mandey (2013)

Sumber: data diolah,2018

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yaitu mengumpulkan, mengolah, menyederhanakan, menyajikan dan menganalisis data secara kuantitatif (*angka-angka*) dan secara deskriptif (*uraian kalimat*) agar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang masalah yang diteliti. Disini peneliti akan melihat sejauh mana peranan faktor keamanan, promosi dan harga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian melalui situs bukalapak. Pengolahan data akan dibantu dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan program *SPSS for Windows*.

3.2.2 Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian. Sebuah penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana cara mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer diperoleh secara langsung dilapangan dari hasil pengisian kuesioner dengan 96 responden,

mengenai identitas responden (nama, alamat, umur, jenis kelamin). Responden adalah pengguna situs bukalapak, responden telah melakukan transaksi pembelian minimal sebanyak satu kali, mengenai tanggapan responden setelah melakukan transaksi pembelian secara online berkaitan dengan faktor keamanan, promosi dan harga .

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, serta penelitian terdahulu yang membuat informasi atau data-data yang berkaitan dengan penelitian berupa bukti, catatan, atau history yang sudah tersusun dalam arsip baik yang sudah dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

3.3 Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 117). Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat umum Jepara yang telah atau pernah melakukan transaksi di situs bukalapak. Peneliti akan memilih sejumlah orang dari populasi untuk dijadikan sebagai sampel penelitian. Kriteria utamadari sampel penelitian ini adalah orang yang telah melakukan pembelian produk secara online diBukalapak.com .

3.3.2 Jumlah Sampel

Karena jumlah populasi ini tersebar dan sulit untuk diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan rumus (Rao Purba,2011) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel, 95 % = 1.96

Moe= *margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, ditetapkan sebesar 10%

Besarnya sampel dapat dihitung :

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2}{4(moe)^2} \\ &= \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04 \text{ yang dibulatkan menjadi } 96 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diambil sampel sebanyak 96,04 orang responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 96 orang responden. Pada

prinsipnya tidak ada aturan yang pasti untuk menentukan persentase yang dianggap tepat dalam menentukan sampel, maka dalam hal ini peneliti mengambil sampel 96 orang responden yang cukup mewakili untuk diteliti, yaitu konsumen belanja melalui situs bukalapak.com.

3.3.3 Tehnik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan subset populasi, terdiri atas beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu perlu membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut dengan sampel.(Echdar.2017)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *puposife sampling*. Menurut Echdar (2017:268) *puposife sampling* adalah tehnik pengambilan sampel dengan menetapkan ciri yang sesuai dengan tujuan.

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah :

Masyarakat umum yang pernah melakukan pembelian secara online di situs bukalapak .

Maka sampel yang digunakan adalah 96 orang responden yang diambil dari Masyarakat Umum yang pernah berbelanja atau bertransaksi di situs bukalapak.com

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui :

3.4.1 Studi Lapangan / Survey

Studi lapangan dilakukan secara langsung di lapangan untuk memperoleh data dari obyek penelitian. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan metode survey yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat umum di Jepara yang pernah melakukan transaksi pada situs bukalapak.com

Kuesioner merupakan salah satu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2010:127). metode kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau sebuah pernyataan tertulis kepada responden.

Dalam kuesioner ini nantinya akan terdapat beberapa pertanyaan yang telah dirancang secara logis dan berhubungan dengan masalah penelitian dan didalam pertanyaannya terdapat jawaban yang merupakan makna dalam menguji hipotesia. Dibandingkan dengan interview guide daftar pertanyaan atau keusioner lebih terperinci dan lengkap .

3.4.2 Survey Online

Survey online dilakukan melalui salah satu sosial media yaitu melalui whatsapp yang dikirimkan pada semua contact whatsapp. Cara penyebaran online melalui whatsapp dilakukan dengan lembar kuesioner diubah dulu menjadi format pdf, setelah menjadi pdf bisa langsung dilakukan penyebaran dengan cara membrodcase kesemua contact. Setelah

responden mendapatkan broadcast permohonan pengisian kuesioner, responden akan mengirim balik kuesioner yang telah diisi.

3.4.3 Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan membaca literatur / buku-buku relevan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan (Kuncoro,2003)

3.5 Metode Pengolahan Data

Pengolahan Data merupakan proses untuk bisa memperoleh data ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumus tertentu. Pengolah data bertujuan untuk mengubah data yang mentah dari pengukuran data agar bisa menjadi lebih halus sehingga mampu memberikan arah untuk pengkajian lebih lanjut.

Tehnik yang digunakan dalam pengolahan data menggunakan hitungan komputasi melalui program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* dikarenakan program ini mempunyai kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis yang menggunakan menu-menu dekriptif dan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya.

1. Pengeditan (Editing) Pengeditan adalah memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesa.
2. Pemberian Kode (Coding) Coding adalah suatu proses klasifikasi dan juga identifikasi data-data penelitian ke dalam skor numerik/karakter

simbol. Pemberian simbol bertujuan untuk mengurangi variabel jawaban-jawaban oleh para responden menjadikan beberapa kategori umum sehingga dapat diberi skor numerik atau sebuah simbol. Proses pemberian kode nantinya akan dapat memudahkan dan dapat pula meningkatkan efisiensi proses input data-data kedalam komputer .

3. Pemberian Skor (Scoring) Kuesioner dibuat menggunakan skala likert sepuluh jenjang. Adapun skor yang terbesar adalah 5 dengan respon “Sangat Setuju” dan skor terkecil adalah 1 dengan respon “Sangat Tidak Setuju”
4. Tabulasi (Tabulating) Tabulasi adalah suatu kegiatan pengelompokkan atas jawaban-jawaban yang dilakukan secara teliti dan teratur kemudian data tersebut dihitung dan dijumlahkan. Dalam melakukan tabulasi dibutuhkan ketelitian supaya tidak terjadi sebuah kesalahan.

3.5.1 Pengukuran Data

Pengukuran adalah penentuan besaran, dimensi, atau kapasitas, biasanya terhadap suatu standar atau satuan pengukuran. Menurut Echdar (2017) pengukuran adalah menetapkan angka dalam suatu objek. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang diperlukan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat ,efisien, dan komunikatif .

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah :

a. Teknik Skala Likert

Menurut Echdar (2017) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, antara lain sebagai berikut :



Keterangan :

1 = Sangat Tdiak Setuju 3 = Netral 5 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju 4 = Setuju

Menurut Echdar (2017). Skala Ordinal pengukuran didasarkan pada jumlah relatif beberapa karakteristik khusus yang dimiliki oleh setiap peristiwa. Oleh karena itu pengukuran skala ordinal memungkinkan penyusunan peringkat dari masing-masing peristiwa yang terjadi. Pada skala ordinal terdapat klarifikasi data berdasarkan tingkatan . Seperti pada tabel 3.2

Tabel 3.2
Skala Likert dan Bobot Nilai Jawaban Responden

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Tahu	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5
Tidak Pernah	Kadang-Kadang	Sering	Selalu	
1	2	3	4	
Sangat Baik	Kadang-Kadang	Baik	Sangat Baik	
1	2	3	4	

Analisis Statistik :

Angka 1 lebih rendah dari angka 2 dalam peringkat , tapi tidak bisa dilakukan operasi matematik. Data ordinal menggunakan statistik non-parametrik mencakup frekuensi, median , modus , *spearman rank-order correlation* dan analisis varian .

Sumber: Echdar (2017:304)

3.6 Metode Analisis Data

Metode Analisis yang dipakai adalah dengan metode statistik yang diharapkan dapat membantu dalam mengambil keputusan menerima dan menolak hipotesis . Untuk mempercepat dalam pengolahan dan pengujian data maka dilakukan dengan bantuan program aplikasi komputer *microsoft office excel*, *Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 25.00 for windows* .

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dapat dilihat dari rata-rata, standar deviasi, modus, maksimum-minimum. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian .

3.6.2 Uji Validitas dan Uji Relibilitas

3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu tes dari operasi – operasi mengukur apa yang seharusnya diukur (Echdar.2017). Satu Kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} pada tabel kolom *Corrected Item – Total Correlation* dengan nilai r_{tabel} dengan ketentuan *degree of freedom* (df) = $n-k$, dimana (n) adalah jumlah sampel yang digunakan dan (k) adalah jumlah dari variabel independennya (Echdar.2017). Dengan jumlah sampel (n) adalah tingkat signifikansi 0.05 maka r_{tabel} pada penelitian ini adalah:

$$R (0,05 ; 100 - 3 - 1 = 96) = r_{tabel} = 0.1707$$

Bila : $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti pernyataan tersebut bisa dinyatakan valid

$r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

3.6.2.2 Uji Relibilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau kontruks. Menurut Ghozali,2009 dalam buku (Echdar.2017) suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dalam waktu ke waktu.

Penelitian yang dilakukan menggunakan reliabilitas dengan cara One shoot atau dengan pengukuran sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Pengukuran realibilitas dalam penelitian ini akan dibantu dengan SPSS untuk menguji statistik *Cronbach,s Alpha* sebagai berikut :

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* antara $(\alpha) > 0,60$ maka realibilitasnya baik.
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* antara $(\alpha) 0,6 - 0.79$ maka realibilitasnya dapat diterima.
- c. Nilai *Cronbach's Alpha* antara $(\alpha) < 0,60$ maka realibilitasnya buruk.

Hasil dari uji statistik *Cronbach's Alpha* (α) akan menentukan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliable digunakan atau tidak .

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, supaya data sampel yang sedang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian tersebut meliputi :

3.6.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali,2005) .Dalam penelitian ini menggunakan :

1. Uji Grafik yang meliputi = uji histogram dan uji probability plot
2. Uji Statistik = uji kolmogrov-smirnov (Uji K – S)

Analisis normalitas data dengan menggunakan grafik histogram dilakukan dengan cara melihat apakah posisi histogram berada ditengah-tengah atau tidak. Apabila posisi histogram sedikit menceng kekiri ataupun menceng kekanan, artinya data tidak berdistribusi secara normal. Sedangkan analisis normalitas dengan menggunakan uji K-S dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi atau asymp. Sig (2 – tailed). Adapun perhitungan yang dilakukan untuk uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan bantuan program *SPSS* versi 25.00. Sebelumnya harus ditentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian, yaitu :

Hipotesis Nol (H_0) : Data didistribusikan secara normal

Hipotesis Alternatif (H_A) : Data tidak terdistribusi secara normal

Apabila nilai probabilitas signifikan kurang dari nilai $\alpha = 0,05$, maka data tidak di distribusikan secara normal. Apabila nilai probabilitas signifikansi lebih dari $\alpha = 0,05$, maka data terdistribusi secara normal .

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya korelasi anatar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen sama dengan nol .

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan cara melihat *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka akan terjadi multikolinieritas, atau multikolinieritas juga dapat

dihat dari *variance inflation factor* (VIF), jika $VIF < 10$ maka tingkat multikolinieritas masih bisa ditoleransi .

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain maka biasa disebut dengan homoskedastisitas dan apabila varians berbeda biasa disebut dengan heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas, yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi- Y sesungguhnya) yang telah di studentized.

Untuk bisa melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara untuk menganalisisnya adalah :

- a. Pertama dengan melihat titik-titik pola, jika pola teratur maka terdapat heteroskedastisitas .
- b. Jika terdapat pola yang tidak jelas , dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas .

3.6.3.4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali,2016)

Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson(DW test)*. Uji Durbin Watson (DW test) digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan masyarakat adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen.

Hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_A : ada autokorelasi ($r = 0$)

3.6.3.5 Koefisien Determinasi (R²)

Tingkat ketepatan suatu garis regresi dapat diketahui melalui besar kecilnya koefisien determinasi atau koefisien R² (R-Square) . Semakin besar nilai R², maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang kecil mengidentifikasikan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan dalam menjelaskan variabel

dependen yang sangat terbatas. Nilai dari koefisien determinasi adalah nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Apabila nilai dari koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Untuk mengevaluasi model regresi yang terbaik, penelitian ini berpatokan pada nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang telah disesuaikan karena, apabila memakai nilai *R Square* akan menimbulkan suatu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 akan meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R²* pada saat melakukan evaluasi mana variabel yang terbaik. Berbeda dengan *R square*, nilai *adjusted R Square* tidak akan menimbulkan bias karena nilai *R Square* dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan kedalam model.

3.6.4 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan terhadap hipotesis statistik yang menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t dan menggunakan uji f sebagai berikut :

3.6.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji regresi linier berganda digunakan karena dalam penelitian ini memiliki 3 variabel

independen . Untuk bisa mengetahui hal tersebut maka peneliti menggunakan model analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian Online

X₁ = Kemudahan

X₂ = Promosi

X₃ = Harga

a = Nilai Konstanta

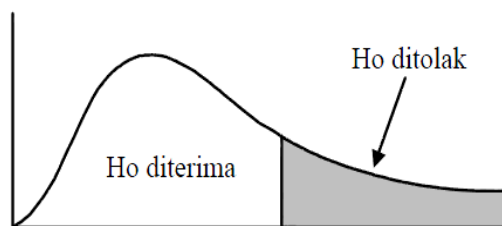
b = Koefisien Regresi

Dari hasil yang akan diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang positif atau tidak, baik secara simultan atau parsial dan mengetahui juga berapa besar pengaruhnya. Dalam melakukan pengolahan data dengan regresi ini perlu dilakukan beberapa pengujian antara lain :

3.6.4.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji – F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel – variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki tingkat kelayakan yang tinggi untuk dapat menjelaskan fenomena yang sedang dianalisis dengan menggunakan uji F. Penelitian ini dilakukan dengan melihat melalui *Anova* yang membandingkan *mean Square* dari *regression* dan *Mean Square* dari residual sehingga mendapatkan hasil yang sering disebut dengan F hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0.05), maka variabel independennya secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependennya .
2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan apabila tingkat signifikansi $> \alpha$ (0.05), maka variabel independennya secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependennya



Sumber :Darmawan 2014

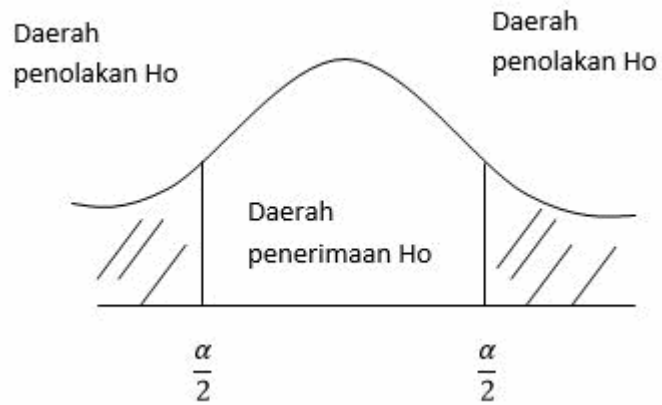
Gambar 3.1 Uji F

3.6.4.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji-T)

Uji T sering digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya signifikan atau tidak . Pengaruh antara faktor keamanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian online pada situs Bukalapak.com dikalangan masyarakat di Jepara. Maka digunakan uji T dari masing-masing variabel dengan cara membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} , signifikansi 0.025 dengan syarat sebagai berikut :

1. Bila $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan signifikansi < 0.025 , maka H_0 dinyatakan ditolak, artinya ada pengaruh positif antara X (Keamanan , Promosi , Harga) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) .

2. Bila $T_{hitung} < T_{tabel}$, dengan signifikansi > 0.025 maka H_0 dinyatakan diterima, artinya tidak ada pengaruh antara variabel X (Keamanan, promosi, harga) dengan variabel Y (Keputusan Pembeli)



Sumber :Darmawan 2014

Gambar 3.1 Uji T