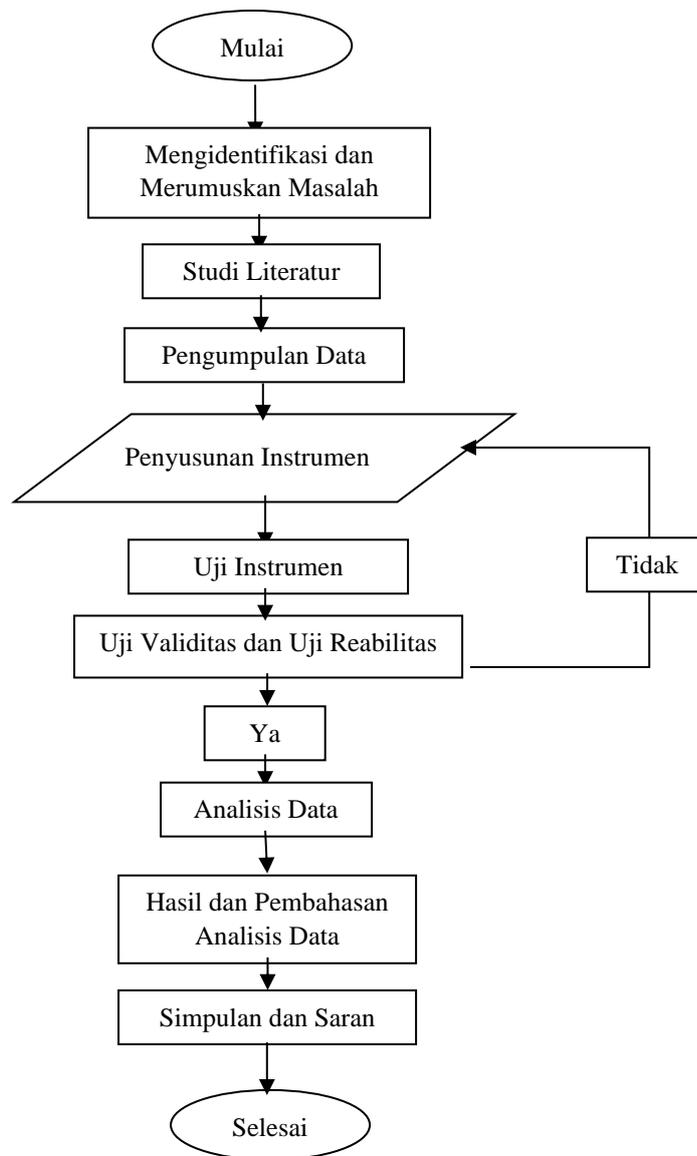


BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Alur Penelitian

Menurut Ibrahim & Ambarita (2018) alur penelitian merupakan urutan tahapan yang terstruktur guna memastikan penelitian berjalan sesuai rencana. Dalam Penelitian ini, alur penelitian yang digunakan disajikan dalam gambar 3.1 sebagai berikut



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Astuti & Arifin, (2021) merupakan segala hal yang berwujud apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk diamati sehingga didapat informasi mengenai hal tersebut, yang kemudian diambil kesimpulannya. Objek penelitian dari penelitian ini yaitu *user experience* dan keputusan pembelian. Seangkan subjek penelitian yaitu pengguna PLN Mobile. Berdasarkan objek penelitian tersebut, peneliti ingin mengetahui pengaruh *user experience* terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi PLN Mobile.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah metode ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data berdasarkan tujuan dan fungsi tertentu (Yuliani & Banjarnahor, 2021) Pemilihan metode penelitian harus diselaraskan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan supaya bisa memperoleh hasil yang optimal (Budiharto, 2019)

3.3.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan jenis penelitian yaitu *survey*. Menurut Kusumastuti dkk., (2019) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan cara untuk mengevaluasi teori-teori terpilih dengan cara mempelajari hubungan antar variabel. Adapun tujuan penelitian kuantitatif ini yaitu untuk mengevaluasi hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dengan memanfaatkan data numerik (Waruwu, 2023)

Menurut Sugiyono, (2017) menyatakan bahwa metode kuantitatif digunakan jika:

1. Jika masalah yang menjadi titik tolak penelitian sudah ada dan jelas. Jika suatu masalah sudah bisa dikategorikan dan dijelaskan maka metode kuantitatif cocok dimanfaatkan untuk memperoleh informasi yang luas akan tetapi tidak mendalam.
2. Jika populasi sangat luas, maka penelitian bisa memanfaatkan sampel yang dipilih dari populasi tersebut.
3. Jika ingin mengetahui pengaruh *treatment* tertentu terhadap hal yang lain maka metode ini cocok digunakan melalui eksperimen.
4. jika peneliti mempunyai maksud untuk mengevaluasi hipotesis penelitian yang berupa hipotesis deskriptif, asosiatif dan komparatif.

5. Jika peneliti ingin memperoleh data yang tepat berdasarkan suatu fenomena yang empiris dan bisa ditaksir.
6. Jika ingin melakukan pengujian terhadap suatu keraguan mengenai dasar teori, pengetahuan, dan produk tertentu

Berdasarkan keenam penyebab diatas, penelitian ini sesuai dengan penyebab nomor tiga yaitu tentang bagaimana pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Oleh karena itu, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan metode *survey*. Metode *survey* dipilih peneliti karena ingin memperoleh data dari responden yang jumlahnya besar dalam kurun waktu yang relatif sedikit.

3.3.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah proses mengganti rancangan abstrak atau teoritis menjadi sesuatu yang bisa dihitung atau dipelajari berdasarkan pengalaman (Hertina dkk., 2024). Operasionalisasi variabel digunakan untuk menentukan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Operasional variabel secara lebih detail dari penelitian ini bisa dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3. 1

Operasionalisasi Variabel

| | |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Variabel | <i>User Experience</i> |
| Defenisi Operasional | Pengalaman menyeluruh pengguna dalam menggunakan aplikasi PLN Mobile |
| Indikator dan Skala | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attractiveness (Likert)</i> 2. <i>Perspiciuity (Likert)</i> 3. <i>Efficiency (Likert)</i> 4. <i>Dependability (Likert)</i> 5. <i>Stimulation (Likert)</i> 6. <i>Novelty (Likert)</i> |
| Variabel | Keputusan Pembelian |
| Defenisi Operasional | Langkah yang diambil oleh pengguna PLN Mobile dalam memilih produk PLN dibandingkan alternatif lain yang tersedia |
| Indikator dan Skala | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Kebutuhan (Likert)</i> 2. <i>Mutu Pelayanan (Likert)</i> |

Keterangan:

n = sampel

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%,
dengan nilai 1,9

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = margin error 10%

Dari hasil yang diperoleh diatas yaitu 96,04 yang merupakan pecahan dan pada perhitungan yang menghasilkan pecahan yang terdapat koma sebaiknya dibulatkan ke angka atas. Sehingga disimpulkan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang responden.

c. Teknik Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggambarkan teknik yang sangat tepat untuk mengukur berbagai tipe penelitian, sehingga seseorang bisa dengan mudah menetapkan teknik mana yang tepat untuk rencana penelitian yang sedang dilakukan (Firmansyah & Dede, 2022) Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* yang jenisnya Teknik *purposive sampling*. Suriani dkk., (2023) menjelaskan bahwa dalam *non-probability sampling*, tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.. Menurut Syahri, (2014) *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel dengan sengaja memilih partisipan berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian Hal ini dikarenakan adanya kriteria khusus dalam pengambilan sampel. Dalam Penelitian ini kriteria sampel yang diajukan sebagai berikut

- a) Pengguna aplikasi PLN Mobile
- b) Pernah melakukan pembelian pada aplikasi PLN Mobile
- c) Berdomisili Sumatera Barat

Penelitian ini memilih Sumatera Barat sebagai daerah penelitian karena potensi pertumbuhan pengguna PLN Mobile yang sangat menjanjikan. Yenti Elfina, Manager Komunikasi dan TJSI PLN UID Sumatera Barat mengatakan bahwa pengguna PLN Mobile per April 2024 berjumlah 613.881(Sari, 2024). Jumlah ini masih terbilang kecil jika dibandingkan dengan jumlah pelanggan PLN

di Sumatera Barat. PT PLN Mencatat jumlah pelanggan PLN di Sumatera Barat tahun 2023 mencapai 1.693.179 (PLN, 2023). Selisih yang cukup signifikan ini mengindikasikan adanya peluang besar untuk meningkatkan jumlah pengguna PLN Mobile di Sumatera Barat.

3.3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut M. Sari, (2013) metode yang bisa dimanfaatkan oleh peneliti untuk memperoleh data. Seperti, wawancara atau interviu angket, pengamatan, dokumentasi, ujian atau tes, dsb. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu

1. Observasi

Observasi dilakukan melalui ulasan atau komentar pengguna PLN Mobile di *app store* dan *playstore*, yang sesuai dengan indikator *user experience* dan keputusan pembelian

2. Kuesioner/angket.

Menurut Amanda dkk., (2019) Kuesioner merupakan salah satu bagian teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam menganalisis sikap, pengetahuan, karakteristik, dan kepercayaan dari beberapa orang dalam suatu suasana yang menguasai suatu bentuk yang sudah ada. Tipe pertanyaan dalam sebuah angket terbagi menjadi dua, yaitu: pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Pertanyaan terbuka ialah pertanyaan yang diberikan dengan harapan responden menuliskan jawaban dengan bentuk uraian mengenai suatu hal. Sedangkan pertanyaan tertutup ialah pertanyaan yang diberikan dengan harapan responden memberikan jawaban singkat atau responden bisa memilih salah satu pilihan dari jawaban yang disediakan dari setiap pertanyaan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe pertanyaan tertutup,

3.3.6 Pengujian Instrumen

Menurut Nasution, (2016) Instrumen penelitian merupakan perangkat yang dirancang untuk memperoleh data numerik mengenai variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Skala pengukuran *user experience* dalam kuesioner ini diadopsi dari penelitian Ramadhan dkk., (2023) dengan pertimbangan relevansi dimensi yang diukur dengan

konteks penggunaan aplikasi PLN Mobile. Sementara itu, indikator untuk variabel keputusan pembelian disusun berdasarkan tinjauan pustaka yang relevan.

a. Pengujian Validitas

Menurut Amanda dkk., (2019) mengatakan bahwa validitas merupakan indikator yang memperlihatkan alat ukur yang digunakan tepat untuk menguji apa yang akan diukur. Uji signifikansi ini dilaksanakan dengan metode menghitung nilai r hitung dipadankan dengan nilai r tabel. Kesesuaian suatu item bisa ditentukan melalui uji signifikansi 0,05 atau dengan kata lain item yang memiliki korelasi dengan skor total yaitu 0,05 dinyatakan valid. Berikut rumus yang digunakan untuk uji validitas

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2 + n\sum y^2 - (\sum y)^2}} \text{ Sumber : Situmorang \& Purba, (2019)}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas

X = Skor yang didapatkan subjek dari semua item

Y = Skor total yang didapatkan dari semua item

$\sum x$ = Jumlah skor X

$\sum y$ = Jumlah skor Y

$\sum x^2$ = Jumlah nilai kuadrat skor X

$\sum y^2$ = Jumlah nilai kuadrat skor Y

n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas item didasarkan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan/ pernyataan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel
2. Item pertanyaan/pernyataan tidak valid apabila r hitung lebih kecil dari r tabel

b. Pengujian Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu pengujian terhadap indikator yang memperlihatkan sejauh mana alat ukur yang digunakan bisa diandalkan atau dipercaya (Amanda dkk., 2019). Uji reliabilitas dimanfaatkan sebagai suatu alat untuk menguji kuesioner dengan indikator variabel yang konstruk. Suatu variabel bisa dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan/pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari sepanjang waktu.

Reliabilitas kuesioner penelitian ini dengan memanfaatkan teknik Cronbach Alpha. Cronbach's Alpha bisa diterima jika nilainya besar dari 0,6.

Apabila nilai yang diperoleh dari Cronbach's alpha mendekati 1, maka semakin tinggi juga reliabilitas stabilitas internal. Berikut rumus yang digunakan untuk mengukur uji.

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right) \text{ Sumber : Utami dkk., (2023)}$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varians butir soal

σ^2 = Varians total

Sedangkan rumus variansnya adalah

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \text{ Sumber : Utami dkk., (2023)}$$

Keterangan

σ^2 = Varians

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat nilai total

$(\sum X)^2$ = Jumlah kuadrat dari jumlah nilai total

N = Jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika r hitung > r tabel berarti pertanyaan atau pernyataan dikatakan reliabel
2. Jika r hitung < r tabel berarti pertanyaan atau pernyataan dikatakan tidak reliabel

3.3.7 Rancangan Analisis Data

a. Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu cara yang digunakan untuk mengilustrasikan atau menganalisis isi penelitian, namun tidak bermaksud untuk menarik kesimpulan yang lebih luas (Sumenge, 2013). Analisis deskriptif merupakan analisis statistik yang dipakai guna menyelidiki data dengan bentuk deskripsi atau ilustrasi data yang diakumulasikan. Jadi, dari kedua pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis deskriptif ialah metode yang dijadikan suatu hal untuk menggambarkan dan menganalisis data dalam penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui tanggapan responden kepada *user experience* dan keputusan pembelian pada pengguna PLN Mobile. Pada penelitian ini digunakan skala likert untuk mengukur nilai tanggapan

responden tersebut. Skala *likert* adalah alat yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang ataupun sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Arisena dkk., 2023). Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai 5 poin sebagai bobot jawaban kuesioner. Yang mana ketentuan tersebut bisa dilihat dari Tabel 3.2

Tabel 3. 2

Skala Likert

| <i>Nilai</i> | <i>Keterangan</i> |
|--------------|---------------------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | Tidak Setuju |
| 3 | Netral |
| 4 | Setuju |
| 5 | Sangat Setuju |

(Sumber : Sugiyono,2017)

Berdasarkan tabel 3.2 diatas dapat dilihat bahwa 5 poin pada skala likert menyatakan persetujuan responden terhadap pertanyaan/pernyataan yang diberikan. Menurut Syarif, (2021) skala yang digunakan dalam skala likert dapat dihitung dengan rumus interval berikut :

$$Interval = \frac{Nilai Maksimum - Nilai Minimum}{Jumlah skala} \quad (Sumber : Syarif, 2021)$$

$$Interval = \frac{5 - 1}{5}$$

$$Interval = 0.8$$

Skala diatas digunakan untuk menghitung nilai rata-rata yang diperoleh melalui pertanyaan kuesioner yang kemudian dikelompokkan menjadi skala analisis deskriptif seperti Tabel 3.3 berikut :

Tabel 3. 3

Rentang Skala Analisis Deskriptif

| <i>Rentang Skala</i> | <i>Keterangan</i> |
|----------------------|-------------------|
| 1.0 – 1.8 | Sangat Tidak Baik |
| 1.9 – 2.6 | Tidak Baik |

| | |
|-----------|-------------|
| 2.7 – 3.4 | Netral |
| 3.5 – 4.2 | Baik |
| 4.3 – 5.0 | Sangat Baik |

(Sumber : Syarif, 2021)

b. Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan suatu cara dalam analisis data memuat informasi mengenai penggolongan faktor pada suatu penelitian (Raharjo, 2018). Sedangkan Rahman, (Rahman, 2024) menyatakan bahwa analisis faktor adalah metode untuk menemukan faktor-faktor baru dari beberapa variabel yang tersedia, yang dapat memberikan penjelasan tentang variabel atau item yang diteliti. Dalam penelitian ini dilakukan 3 tahap pengujian analisis faktor sebagai berikut.

1. Pengujian *Bartlett Test* dan KMO

Menurut Rahman, (2024) Uji *Bartlett's Test of Sphericity* dilakukan untuk mengetahui korelasi antara indikator-indikator, dengan ketentuan signifikansi ($p < 0,05$) dan nilai KMO harus > 0.50 agar bisa digunakan untuk menentukan jumlah sampel cukup untuk melakukan analisis faktor. Untuk melanjutkan proses analisis faktor, uji *Bartlett's Test of Sphericity* dan ujian KMO juga digunakan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara item

Adapun ketentuan interpretasi hasil uji KMO yang disajikan dalam Tabel 3.4 berikut ini

Tabel 3. 4

Interpretasi Nilai KMO

| Nilai KMO | Interpetasi |
|-------------|-----------------------|
| 0,00 – 0,50 | Data Tidak Layak |
| 0,51 – 0,60 | Data Cukup |
| 0,61 – 0,70 | Data Lebih Dari Cukup |
| 0,71 – 0,80 | Data Agak Cukup |
| 0,81 – 0,90 | Data Baik |
| 0,91 – 1,00 | Data Sangat Baik |

(Sumber : Kaiser, 1960)

2. Pengujian *Anti Image Correlation*

Hasil perhitungan anti-image correlation test menunjukkan angka yang menciptakan diagonal, menyajikan angka MSA (Measure of Sampling Adequacy) dari sebuah variabel (Prawibowo, 2022). Anti image merupakan tahap lanjutan analisis faktor. Pada tahap ini hasil analisis dilihat berdasarkan Measure of Ampling Adequancy (MSA). Jika nilai Measure of Sampling Adequancy (MSA) lebih besar dari 0,5, faktor faktor tersebut dapat digunakan pada tahapan analisis berikutnya. Nilai MSA dapat dilihat pada tabel *anti image correlation* yang bertanda a

3. Pengujian *Rotated Component Matrix*

Rotated Compinet Matrix atau matriks komponen rotasi, adalah matriks korelasi yang menunjukkan rotasi variabel yang lebih transparan dan nyata dibandingkan dengan matriks komponen (Raharjo, 2018). Interpretasi hasil rotated component matrix didasrkan kepada indikator yang berkelompok pada satu faktor dan besar dari nilai cross loading yang sudah ditentukan. Batas nilai cross loading ditentukan berdasarkan jumlah sampel seperti yang disajikan dalam Tabel 3.5

Tabel 3. 5

Nilai Factor Loading

| <i>Factor Loading</i> | <i>Jumlah Sampel</i> |
|-----------------------|----------------------|
| 0,30 | 350 |
| 0,35 | 250 |
| 0.40 | 200 |
| 0,45 | 150 |
| 0,50 | 120 |
| 0,55 | 100 |
| 0,60 | 85 |
| 0,65 | 70 |
| 0,70 | 60 |
| 0,75 | 50 |

(Sumber : Panday, 2021)

Berdasarkan tabel diatas nilai batas factor loading yang digunakan yaitu 0,60 sesuai dengan jumlah sampel dari penelitian ini yaitu 97 responden. Sehingga nilai factor loading hasil yang diperoleh harus $> 0,60$

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah masalah asumsi klasik ada dalam model regresi *linear Ordinary Least Square* (OLS). Regresi linear OLS merupakan model regresi linear yang menggunakan metode perhitungan kuadrat terkecil, juga dikenal sebagai *ordinary least square* dalam bahasa Inggris. Dalam model regresi linear harus memenuhi prasyarat atau yang dikenal dengan asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik memiliki tujuan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang diperoleh tidak bias, memiliki ketepatan dalam estimasi dan konsisten.

1. Uji Normalitas

Menurut Yanti, (2021) uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual yang diperoleh memiliki distribusi normal dalam suatu model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik kolmogoroc-smirnov. Residual dianggap memiliki distribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05 dan sebaliknya.

2. Uji Linearitas

Tujuan uji linearitas adalah untuk menentukan apakah dua variabel atau lebih yang dievaluasi mempunyai hubungan yang linear ataupun tidak signifikan. Analisis regresi linear atau korelasi biasanya memerlukan uji ini. Dalam uji linearitas, dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai probabilitas lebih dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel x dan variabel Y memiliki hubungan yang linear
- 2) Nilai probabilitas kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel X dan variabel Y memiliki hubungan yang tidak linear

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Yanti, (2021) Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengidentifikasi adanya ketidaksamaan varian residual antar pengamatan dalam model regresi.. Uji glejser merupakan salah satu yang dapat digunakan untuk menguji heroskedastisitas. Jika signifikansi uji glejser (t) lebih besar dari tingkat

signifikansi (0.05), maka varian residual sama atau tidak terjadi heterokedasitas, menurut kriteria yang berlaku

4. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi di mana terdapat hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi (Jabir dkk., 2023). Terjadinya multikolinearitas menyebabkan penggunaan model regresi yang tidak tepat karena nilai regresi yang tidak stabil dan koefisien regresi yang sangat besar. Dalam pengujian multikolinearitas terdapat beberapa ketentuan yang harus dipenuhi

- 1) Nilai R-squared dan nilai F-stat yang signifikan, tetapi sebagian besar nilai t-stat tidak signifikan.
- 2) Ada korelasi yang cukup tinggi antara dua variabel bebas, biasanya lebih dari 0,8.
- 3) Nilai angka kondisi lebih dari 20 atau 30.
- 4) Nilai VIF > 10,00 dan nilai tolerance < 0.10

Dalam Penelitian ini uji multikolinearitas digunakan untuk sebagai syarat untuk melakukan uji korelasi dan regresi variable aspek user experience terhadap keputusan pembelian yang didapatkan dari analisis faktor

d. Uji Korelasi

Uji koefisien korelasi (r) digunakan untuk mengetahui hubungan dan memverifikasi hipotesis hubungan dua variabel interval yang berasal dari sumber data yang sama (Widiyanti & Fitriani, 2017) Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien korelasi (r) adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}} \quad (\text{Sumber : Widiyanti \& Fitriani, 2017})$$

Keterangan

r = koefisien Korelasi

n = Jumlah responden

x = Jumlah Total Variabel x

y = Jumlah Total Variabel y

x² = Nilai Kuadrat Jumlah Total Variabel x

y^2 = Nilai Kuadrat Jumlah Total Variabel y

xy = Nilai Perkalian Jumlah Total Variabel x dan y

Dalam uji korelasi hasil yang didapatkan bisa diinterpretasikan seperti yang terdapat pada tabel 3. Berikut :

Tabel 3. 6

Pedoman Interpretasi Hasil Uji Korelasi

| <i>Interval Koefisien</i> | <i>Keterangan Hubungan</i> |
|---------------------------|----------------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,00 | Sangat Kuat |

(Sumber : Sugiyono, 2016)

Uji Korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk melanjutkan hasil analisis faktor guna menjawab pertanyaan rumusan masalah mengenai aspek user experience paling penting yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna PLN Mobile.

e. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat seberapa kuat hubungan antara beberapa faktor atau variabel bebas dengan hasil yang ingin kita prediksi atau variabel terikat (Haribowo dkk., 2022). Dalam uji linear berganda, jika nilai sig < 0.05 berarti terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, begitupun sebaliknya. Dalam penelitian ini hanya menggunakan uji T untuk mengukur pengaruh masing-masing aspek user experience terhadap keputusan pembelian pengguna PLN Mobile setelah melakukan analisis factor dan uji korelasi

f. Rancangan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk menguji pengaruh *User Experience* terhadap Keputusan Pembelian, yang akan diuji secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini terdapat 2 uji yang dilakukan dalam melakukan pengujian hipotesis yaitu :

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut Munji, (2020) regresi linear sederhana merupakan model probabilistik yang menunjukkan hubungan linear antara dua variabel di mana satu variabel dianggap berdampak pada yang lain. Berikut rumus yang digunakan dalam regresi linear sederhana:

$$Y = a + Bx \text{ (Sumber : Munji, 2020)}$$

Keterangan

Y = Variabel terikat

α = Konstanta atau jika nilai

X = 0

B = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

Menghitung nilai uji linear sederhana menggunakan perangkat lunak SPSS melalui t-test untuk menganalisis data. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 5 persen atau 0,05. H_0 akan diterima jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka yang diterima adalah H_1 . Hasil dari penelitian ini digunakan sebagai dasar dalam menyimpulkan apakah ada perbedaan yang signifikan variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kekuatan model untuk mengartikan seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama (stimultan) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yang dapat ditunjukkan oleh nilai R-Squared yang disesuaikan (Pramesti, 2017).. Penjelasan model R-square (R^2) menunjukkan koefisien determinasi, yang mana menjelaskan sejauh mana peran variabel bebas mampu mendefinisikan ragam dari variabel terikatnya.. Menurut Pramesti, (2017) jika nilai koefisien determinasi besar, kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen akan sangat kecil. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi kecil, kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen akan lebih besar.