

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah meneliti minat beli layanan Go-Ride pada aplikasi layanan ojek *online* Gojek di kota Tasikmalaya.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian langkah yang diambil oleh peneliti untuk menghimpun informasi dan data guna menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Secara umum, metode ini adalah pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data tentang variabel tertentu dengan tujuan yang spesifik (Sugiyono, 2013). Metode pendekatan di dalam penelitian ini adalah menggunakan kuantitatif asosiatif. Menurut Ikhsan dkk. (2020) penelitian berjenis kuantitatif asosiatif memiliki tujuan dalam mengukur dampak dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan media data dan angka.

3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Dalam konteks penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka (Sugiyono, 2014). Penelitian dengan metode ini menekankan pada pengumpulan data secara ekstensif dari sebuah populasi besar melalui penggunaan statistik dan alat komputasi. Metodologi yang diterapkan dalam penelitian adalah metode penelitian berjenis kuantitatif asosiatif yang memiliki tujuan dalam mengukur dampak dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan media data dan angka (Ikhsan dkk., 2020). Dengan metode pengumpulan data menggunakan survei, melibatkan distribusi kuesioner terstruktur kepada responden. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan data spesifik melalui serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden (Maholtra, 2009).

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah penjelasan secara rinci mengenai variabel, definisi variabel, indikator variabel, ukuran indikator dan skala ukur yang digunakan. Semua komponen ini bertujuan untuk memperoleh nilai dalam penelitian (Hartono, 2022). Operasionalisasi variabel yang digunakan pada penelitian ini terdapat pada tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Ukuran	Skala Ukur
1	Harga (X1)	Keterjangkauan harga Kesesuaian harga dengan kualitas produk Kesesuaian harga dengan manfaat Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga (Kotler dan Armstrong, 2016)	Tingkat keterjangkauan harga layanan Go-Ride aplikasi Gojek Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas layanan Go-Ride yang ditawarkan oleh Gojek Tingkat kesesuaian antara harga dengan manfaat penggunaan layanan Go-Ride Tingkat persaingan harga layanan Go-Ride dari Gojek di pasar dengan layanan ojek <i>online</i> dari kompetitor lain.	Skala <i>likert</i>
2	Promosi (X2)	Jangkauan promosi Kualitas promosi Kuantitas promosi Waktu promosi Ketepatan sasaran promosi (Kotler dan Keller, 2007)	Tingkat luas jangkauan promosi Gojek kepada konsumen Tingkat kualitas promosi yang dibuat Gojek dalam menarik dan mempengaruhi perilaku konsumen Tingkat jumlah promosi yang dilakukan Gojek kepada konsumen	Skala <i>likert</i>

Reyhan Arya Nugraha, 2024

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN ULASAN KONSUMEN ONLINE TERHADAP MINAT BELI LAYANAN GO-RIDE DI KOTA TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia / repository.upi.edu / perpustakaan.upi.edu

			Tingkat frekuensi dilakukannya promosi dalam periode tertentu yang dijalankan Gojek kepada konsumen. Tingkat ketepatan sasaran promosi Gojek kepada segmen dan target konsumen	
3	Ulasan Konsumen Online (X3)	<i>Perceived usefulness</i> (Manfaat yang dirasakan) <i>Argument quality</i> (Kualitas argumen) <i>Valance</i> (Valensi) (Dzulqarnain, 2019)	Tingkat manfaat yang dapat dirasakan konsumen berdasarkan ulasan konsumen <i>online</i> Tingkat kualitas argumen pada ulasan konsumen <i>online</i> Tingkat keterikatan emosional yang dirasakan konsumen terhadap ulasan konsumen <i>online</i> Gojek	Skala <i>likert</i>
4	Minat Beli (Y)	Minat transaksional Minat Referensial Minat Preferensial Minat Eksploratif (Hartono, 2022)	Tingkat kecenderungan menggunakan layanan ojek <i>online</i> Gojek. Tingkat kecenderungan seseorang dalam mereferensikan layanan ojek <i>online</i> Gojek kepada orang lain Tingkat perilaku seseorang yang	Skala <i>likert</i>

memiliki preferensi
pada layanan ojek
online Gojek
Tingkat perilaku
seseorang dalam
mencari informasi
mengenai layanan
ojek *online Gojek*

Skala ukur adalah patokan alat ukur yang digunakan untuk menentukan panjang dari sebuah interval. Skala ukur dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Ikhsan dkk. (2020) skala likert adalah skala pengukuran yang memiliki lima tingkatan jawaban dengan berbagai pilihan nya adalah (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

3.2.3.1. Data Primer

Data primer adalah data di dalam penelitian yang dihimpun secara langsung dari sumbernya, tanpa melibatkan interpretasi apapun. Pengertian tersebut sejalan dengan pengertian data primer menurut Hutagalung dkk. (2022) bahwa data primer adalah data yang berasal dari perolehan hasil pengolahan. Pengumpulan data primer dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang ditargetkan, menggunakan layanan google form yang disediakan oleh Google, dengan proses penyebaran yang dilakukan secara *online*.

3.2.3.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang merujuk pada informasi sudah tersedia dan telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain dengan tujuan khusus dan sudah mengandung interpretasi. Pengertian tersebut sejalan dengan pendapat Hutagalung dkk. (2022) bahwa data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari artikel atau jurnal penelitian. Jenis data ini biasanya dijadikan sebagai pendukung untuk

teori-teori yang digunakan dalam kajian. Sumber data sekunder meliputi artikel, jurnal, buku, serta informasi lain dari internet yang relevan dengan topik penelitian.

3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1. Populasi

Sugiyono (2016) mendefinisikan populasi sebagai area yang menjadi target generalisasi, yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik spesifik yang ditentukan oleh peneliti untuk ditelaah dan selanjutnya diambil kesimpulannya. Dalam konteks penelitian ini populasi nya adalah masyarakat kota Tasikmalaya dengan ketentuan yang pernah menggunakan jasa ojek *online* Gojek dalam kurun waktu 1 tahun terakhir (2023-2024)

Pertumbuhan ekonomi lokal yang terus tumbuh dan berkembang membuat kota Tasikmalaya menjadi alasan utama mengapa dilakukannya penelitian ini. Pertumbuhan tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh Heryanto (2022) bahwa kota Tasikmalaya terbukti mendapat penghargaan yang diberikan oleh Pemprov Jawa Barat dengan dinobatkannya kota Tasikmalaya menjadi juara *The Best Growth Investment City* dalam event *West Java Investment Summit* (WJIS) tahun 2022. Didorong dengan tingkat pertumbuhan UMKM yang terus meningkat, mendorong kebutuhan transportasi, mobilitas, dan layanan menjadi semakin meningkat. Sejalan dengan konferensi pers yang dilakukan oleh walikota Tasikmalaya, Drs. H. Muhammad Yusuf mengungkapkan bahwa kota Tasikmalaya sedang tumbuh dan berkembang dengan karakteristik tingkat mobilitas yang tinggi. Karena kota Tasikmalaya merupakan pusat perdagangan dan industri jasa terbesar di Priangan Timur. Faktor lainnya yang mendorong dilakukannya penelitian ini adalah sebagai bahan perbandingan dengan kota lain dengan tujuan mengetahui dinamika pasar regional khususnya pada usaha sektor mobilitas layanan jasa.

3.2.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013), sampel merupakan segmen dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik serupa dengan populasi asal. Sugiyono (2016) mendefinisikan sampel sebagai segmen yang merepresentasikan jumlah dan sifat-sifat yang ada dalam populasi. Ketika menghadapi populasi yang luas dan adanya keterbatasan seperti dana, tenaga kerja, dan waktu yang membuat tidak mungkin untuk meneliti seluruh populasi, peneliti dapat memilih sampel dari populasi tersebut untuk diteliti. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan sampel secara *representative* atau mewakili, karena populasi yang ada tidak diketahui secara pasti jumlahnya dan terlalu besar. Penentuan sampel yang representatif dijelaskan oleh Hair (2009), yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang dapat dianggap mewakili populasi tergantung pada jumlah indikator dikalikan antara 5 hingga 10. Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 17 \times 5 \\ &= 85 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan sampel penelitian menghasilkan sampel minimal sebanyak 85 responden. Jika pada saat penelitian hasil sampel yang didapatkan lebih dari yang diharapkan, maka peluang terjadinya kesalahan akan semakin kecil (Sugiyono, 2014). Diketahui jumlah sampel digunakan dalam penelitian ini adalah 85 sampel masyarakat kota Tasikmalaya.

Jumlah hasil penetapan sampel responden diatas sejalan dengan pendapat Sugiyono (2019) bahwa penetapan jumlah responden antara 30 hingga 500. karena jumlah responden tersebut sesuai dengan kebutuhan untuk mencapai representasi yang memadai dari populasi sambil memastikan analisis statistik yang efektif dan

handal. Rekomendasi ini mengakomodasi baik kebutuhan metodologis untuk keakuratan data maupun keterbatasan praktis seperti sumber daya dan waktu yang tersedia selama penelitian.

3.2.4.3. Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini, penarikan sampel dilaksanakan menggunakan teknik *probability sampling*. Firmansyah (2022) mendefinisikan bahwa *probability sampling* merupakan metode pemilihan sampel di mana semua elemen atau individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai bagian dari sampel. Jenis *probability sampling* yang digunakan ialah *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling*, menurut Maidiana (2021) merupakan salah satu metode pemilihan sampel penelitian dengan cara dilakukannya pengambilan sampel secara acak juga sederhana dan setiap anggota dari populasi memiliki kesempatan sama untuk dijadikan sampel penelitian. Sampel yang terpilih nantinya akan menjadi bagian untuk sampel akhir.

Kriteria utama untuk responden dalam studi ini adalah dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Pria dan wanita, berumur minimal 17 tahun dan maksimal 35 tahun, karena individu dalam rentang usia ini dianggap memiliki kemampuan untuk menyampaikan pendapat dinilai paling objektif (Zufaldi dkk., 2019).
2. Responden merupakan memiliki domisili di kota Tasikmalaya. Karena penelitian berfokus di kota Tasikmalaya, dengan begitu hasil penelitian diharapkan lebih akurat dengan menggambarkan perilaku konsumen di wilayah tersebut.
3. Pernah mengunduh aplikasi Gojek. Hal ini memastikan responden setidaknya telah mengenal Gojek dan memiliki pengalaman dasar dengan aplikasi.

4. Pernah menggunakan layanan Go-Ride pada aplikasi Gojek dalam kurun waktu 1 tahun terakhir tahun 2023-2024. Pembatasan pengguna dalam 1 tahun terakhir berfungsi untuk memperoleh data yang akurat dan relevan terkait minat beli berdasarkan pengalaman terbaru.
5. Pernah melihat promosi Gojek di beberapa media. Dengan melihat promosi Gojek, hasil penelitian diharapkan dapat lebih tepat dan akurat dalam mempengaruhi minat beli konsumen.
6. Pernah melihat ulasan aplikasi Gojek di Play Store. Kriteria ini memastikan keakuratan hasil kuisioner berdasarkan variabel penelitian yang digunakan.

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui survei. Survei merupakan metode pengumpulan data yang sistematis dan terstruktur, yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari sekelompok orang yang dipilih sebagai sampel dari populasi yang lebih besar. Pendapat tersebut diperkuat oleh Maholtra (2009) survei yaitu kuisioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik dengan pertanyaan ataupun pernyataan

Tujuan survei dalam penelitian adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam atau menguji hipotesis tertentu mengenai perilaku, sikap, preferensi, atau karakteristik lain dari populasi. Survei melibatkan penggunaan kuesioner atau wawancara sebagai alat pengumpulan data.

Dalam studi ini, pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden yang dianggap representatif terhadap sampel yang diteliti. Untuk menjangkau responden, kuesioner disebarkan melalui *platform online* yaitu *platform* Google Form dari Google.

3.2.6. Uji Instrumen

3.2.6.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan keabsahan sebuah kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap valid apabila dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Ghozali (2012) menjelaskan bahwa untuk menguji validitas secara signifikan, perlu dilakukan perbandingan antara nilai *r* hitung dan *r* tabel dengan *degree of freedom* (df) sejumlah $n-2$, di mana n merupakan total sampel dan menggunakan $\alpha = 0.05$. Indikator dianggap valid jika nilai *r* hitung lebih besar atau sama dengan *r* tabel dan menunjukkan nilai positif.

3.2.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode yang digunakan untuk menilai konsistensi dari suatu kuesioner, yang berfungsi sebagai indikator untuk variabel dalam penelitian. Kuesioner dapat dianggap reliabel atau handal apabila dapat menghasilkan jawaban yang konsisten atau stabil dari responden terhadap setiap indikator yang ditanyakan. Untuk menguji reliabilitas, akan digunakan program SPSS dengan kriteria bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0.70 menandakan bahwa instrumen tersebut memiliki kehandalan (reliabilitas).

3.2.7. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016) analisis deskriptif berisi mengenai cara menggambarkan suatu data dengan tujuan data dapat dibaca dan diketahui informasinya. Analisis deskriptif menjelaskan mengenai variabel apa saja yang digunakan dalam penelitian dan akan disebarluaskan melalui penyebaran kuisisioner. Dari masing-masing variabel tersebut, disajikan indikator, pernyataan, jawaban pilihan, dan *mean* (Rata-rata) yang didapatkan.

Analisis data deskriptif kuantitatif pada penelitian memerlukan penggunaan alat bantu. Alat bantu disini berfungsi untuk mendeskripsikan dari data penelitian

yang telah terkumpul (Daga dkk., 2020). Alat bantu yang digunakan dalam mendeskripsikan data penelitian adalah menggunakan angka indeks dengan metode *Three Box Method*. Rumus dari nilai indeks adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = ((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)) / 5$$

Keterangan :

1. F1 = Frekuensi responden yang menjawab 1
2. F2 = Frekuensi responden yang menjawab 2
3. F3 = Frekuensi responden yang menjawab 3
4. F4 = Frekuensi responden yang menjawab 4
5. F5 = Frekuensi responden yang menjawab 5

Untuk mengetahui jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka harus diketahui terlebih dahulu nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan dalam rentang skor berdasarkan perhitungan metode *three box method* (Ferdinand, 2018). Oleh karena itu, perlu untuk mengetahui nilai indeks maksimum dan nilai indeks minimum terlebih dahulu. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks minimum} = (\%F_{x1}) / 5$$

$$\text{Nilai indeks maksimum} = (\%F_{x5}) / 5$$

Setelah mengetahui nilai indeks minimum dan nilai indeks maksimum, selanjutnya melakukan pencarian nilai interval. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai interval} = \text{Nilai maksimum} - \text{nilai minimum} / 3$$

Nilai interval yang didapatkan dari rumus pencarian nantinya akan menjadi standar interpretasi nilai indeks untuk penelitian

3.2.8. Uji Asumsi Klasik

3.2.8.1. Uji Normalitas (Histogram, P-P Plot dan Kolmogrov Smirnov)

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar secara normal atau tidak melalui perbandingan antara data yang

dimiliki dengan data distribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita (Mardiatmoko, 2020). Uji normalitas yang baik memiliki kriteria khusus seperti data yang menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa data telah normal dan layak digunakan untuk penelitian (Ghozali, 2016).

Dalam menjalani uji normalitas terdapat 2 uji yang harus dijalankan, yaitu uji grafik dan uji statistik. Menurut Berlian (2020) bahwa uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu cara *Histogram Regression Residual* (Uji grafik). Tetapi, uji grafik pada uji normalitas masih dirasa kurang cukup kuat untuk menggambarkan hasil akhir. Mardiatmoko (2020) menambahkan bahwa uji normalitas dapat dilakukan juga dengan cara lain, yaitu mulai dari menggunakan *Normal P-P Plot of Regression Standardized* dan *Kolmogorov-Smirnov* (Uji Statistik).

1. Uji Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan *Histogram Regression Residual*. Cara kerja *Histogram Regression Residual* yaitu dengan membandingkan antara data observasi dengan data distribusi dan dilihat data mana yang mendekati data distribusi normal. Secara fisik, dapat terlihat dari bentuk grafik histogram yang membentuk seperti gunung.

2. Uji Statistik

Analisis dengan uji grafik dirasa masih memiliki kelemahan yang cukup signifikan karena terbatasnya pengamatan dan bukti mempengaruhi hasilnya. Oleh karena itu, diperlukan uji yang lebih pasti dan absolut yaitu dengan menggunakan uji statistik. Terdapat dua metode uji statistik, yaitu diantaranya: Metode pertama, untuk mengetahui data penelitian uji normalitas yang lolos melalui metode *Normal P-P Plot of Regression Standardized* adalah dengan

melihat penyebaran data nya. Menurut Ghazali (2016) jika data menyebar dan berada di sekitar garis lalu mengikuti garis diagonal nya maka data tersebut dapat dikategorikan lolos, normal dan layak digunakan pada penelitian.

Metode kedua, untuk mengetahui uji normalitas dengan metode yang berbeda, yaitu metode *Kolmogorov Smirnov* dapat melihat dari nilai signifikansi yang muncul. Menurut (Santoso, 2013) jika nilai signifikansi (*Asym Sig 2 tailed*) > 0.05 , maka hasil menunjukkan bahwa data tersebar secara normal. Sedangkan, bila hasil menunjukkan hasil yang berlawanan yaitu nilai signifikansi (*Asym Sig 2 tailed*) < 0.05 , maka data tidak tersebar secara normal.

3.2.8.2. Uji Multikolinearitas (VIF dan Tolerance)

Uji Multikolinieritas adalah salah satu rangkaian uji dalam uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi dalam suatu model regresi antara variabel bebas. Untuk mengetahui adanya gejala multikolinearitas dalam suatu model regresi dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance* (Ningsih dan Dukalang, 2019). Menurut Wibowo (2012) jika $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* > 0.1 maka tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan, bila terjadi hal yang sebaliknya yaitu $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* < 0.1 maka terjadi multikolienaritas.

3.2.8.3. Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot dan Glejser)

Uji heteroskedastisitas adalah salah satu rangkaian uji pada uji asumsi klasik yang bertujuan untuk melihat adanya ketidaksamaan varian residual pada suatu model regresi. Model regresi yang baik yaitu yang menggambarkan antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lain menghasilkan hasil yang tetap atau disebut homokedastisitas, jika hal tersebut terjadi, dapat dipastikan bahwa data tidak terjadi heteroskedastitas Ghazali (2011). Uji heteroskedastisitas memiliki

kesamaan dengan uji normalitas karena terdapat 2 rangkaian uji yaitu uji grafik dan uji statistik.

1. Uji Grafik

Uji grafik pada uji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan grafik *Scatterplot*. Pola yang terbentuk pada grafik *Scatterplot* dapat menjadi gambaran hasil yang akan didapatkan (Wisudaningsi dkk., 2019). Pola pada grafik *Scatterplot* yang benar adalah tidak ada nya pola jelas terbentuk dan terdapat titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dipastikan bahwa pola tersebut menggambarkan tidak adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

2. Uji Statistik

Uji statistik pada uji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan metode Glejser. Dalam menggunakan metode Glejser, hasil yang muncul menjadi acuan pengujian. Menurut Wibowo (2012) jika hasil pengujian dengan metode Glejser memiliki nilai signifikansi > 0.05 maka dipastikan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Sedangkan, bila nilai signifikansi menunjukkan sebaliknya, yaitu nilai signifikansi < 0.05 maka dipastikan terdapat gejala heteroskedastisitas.

3.2.9. Uji Hipotesis

3.2.9.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t adalah uji yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh signifikan dan positif dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Ini mengukur sejauh mana setiap variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Pengujian hipotesis secara parsial digunakan untuk menguji berbagai hipotesis yang terkait dengan studi/masalah yang sedang

dipertimbangkan (Yusuf dan Daris, 2019). Dalam uji parsial (Uji-t) terdapat beberapa kriteria pengambilan keputusan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi

Nilai signifikansi (*P value*) < 0.05 = Ho ditolak

Nilai signifikansi (*P value*) > 0.05 = Ho diterima

2. Nilai T hitung dengan nilai T tabel (Susanti dkk., 2021)

Nilai t hitung $> t$ tabel = Ho ditolak

Nilai t hitung $< t$ tabel = Ho diterima

3.2.9.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F diterapkan untuk menentukan pengaruh bersama-sama dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Panjawa dkk., 2021). Dalam pengujian uji F terdapat beberapa cara pengujian yaitu sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi

Nilai signifikansi (*P value*) < 0.05 = Ho ditolak

Nilai signifikansi (*P value*) > 0.05 = Ho diterima

2. Nilai T hitung dengan nilai T tabel

Nilai f hitung $> f$ tabel = Ho ditolak

Nilai f hitung $< f$ tabel = Ho diterima

3.2.9.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menilai seberapa besar variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh model regresi, dengan nilai antara 0 dan 1. Jika variabel independen memiliki nilai yang semakin mendekati nilai 0, variabel independen tidak berpengaruh sama sekali (Suhartati dkk., 2022). Nilai R mengukur kekuatan hubungan linier antara variabel dependen dan semua variabel independen secara bersamaan. Nilai *R Square* (R^2) dalam regresi linear berganda mengukur proporsi variansi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel

independen dalam model secara bersamaan. Nilai *Adjusted R Square* (*Adjusted R²*) adalah versi modifikasi dari R^2 yang memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model. Tujuan utama dari koefisien determinasi adalah untuk menentukan proporsi perubahan variabel dependen terhadap variabel independen (Sujarweni, 2015).

3.2.9.4. Persamaan Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Uyanik dan Güler (2013) regresi linier berganda merupakan sebuah algoritma yang berfungsi menelusuri adanya pola keterkaitan antara variabel bebas dengan jumlah lebih dari satu buah dengan variabel terikat berjumlah hanya satu buah. Metode ini digunakan pada penelitian berfungsi untuk mengidentifikasi tingkat pengaruh antara variabel harga (X1), promosi (X2), dan ulasan konsumen *online* (X3) terhadap variabel minat beli (Y). Menurut (Ningsih dan Dukalang, 2019) model analisis regresi linier berganda adalah model analisis lanjutan yang berasal dari dikembangkan nya model regresi linier sederhana.

Persamaan analisis regresi berganda yang diadaptasi pada penelitian ini berasal dari Janie (2012) yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Minat beli

a = Konstanta yang merepresentasikan koefisien regresi untuk minat beli ketika semua variabel independen bernilai nol

b1 = Koefisien regresi harga

b2 = Koefisien regresi promosi

b3 = Koefisien regresi ulasan konsumen *online*

X1 = Variabel independen harga

X2 = Variabel independen promosi

Reyhan Arya Nugraha, 2024

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN ULASAN KONSUMEN ONLINE TERHADAP MINAT BELI LAYANAN GO-RIDE DI KOTA TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia / repository.upi.edu / perpustakaan.upi.edu

X3 = Variabel independen ulasan konsumen *online*

e = *Error disturbance*