

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut sugiyono (2022) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut, terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu ilmiah, data, tujuan dan kegunaannya. Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah atau teknik yang dapat dilakukan untuk memperoleh data mengenai suatu objek dari penelitian yang akan diteliti oleh peneliti untuk tujuan memecahkan suatu permasalahan yang diteliti oleh peneliti

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Kredibilitas Tiktok Influencer (@thatonewfcguy) Terhadap Keputusan Work From Café Di Kota Bandung”. Untuk objek penelitian ini dilakukan pada akun Tik Tok @thatonewfcguy. Responden dari penelitian ini adalah penonton konten pada akun Tik Tok @thatonewfcguy. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2024 hingga selesai.

Jenis penelitian yang digunakan penulis yaitu menggunakan jenis penelitian Kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian deskriptif dan verifikatif.. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang tidak mementingkan kedalaman data, yang terpenting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas (Noor dan Juliansyah, 2011). Tujuan menggunakan jenis data kuantitatif yaitu untuk mengetahui korelasi dari dua variabel atau pun lebih yang nanti menghasilkan gambaran atau deskripsi mengenai penelitian ini.

Metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah bagaimana kredibilitas influencer berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen work from café di Kota Bandung. Hasil observasi tersebut, selanjutnya disusun secara sistematis dan dianalisis untuk diambil kesimpulan.

Metode verifikatif digunakan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan sementara. Metode verifikatif diharapkan menghasilkan kesimpulan apakah hipotesis suatu penelitian diterima atau ditolak.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Objek terdiri dari variabel yang diteliti. Variabel penelitian merujuk pada entitas penelitian atau hal yang menjadi fokus perhatian pada suatu titik dalam sebuah studi (Arikunto, 2016). Mengacu pada judul yang menjadi fokus penelitian, yakni “Pengaruh Kredibilitas Tiktok Influencer (@thatonewfcguy) Terhadap Keputusan Pembelian Work From Café Di Kota Bandung”, terdapat dua variabel yang akan diukur, yakni :

- a. Variabel Independen (X) Menurut definisi (Widiyanto, 2013) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam konteks penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) yaitu X adalah pengaruh kredibilitas
- b. Variabel Dependen (Y) Begitupun sebaliknya, menurut (Widiyanto, 2013) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel lain. Berdasarkan pengertian variabel dependen di atas, dalam penelitian ini, variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Y adalah Keputusan Pembelian.

3.2.2 Subjek Penelitian

Subjek yaitu yang menjadi pihak yang diteliti. Subjek penelitian adalah mendefinisikan subjek penelitian sebagai objek, benda atau orang yang dilekatkan data variabel penelitian, dan yang dipersoalkan (Arikunto, 2016). Penulis menentukan bahwa subjek dari penelitian ini adalah penikmat konten dari akun Tik Tok @thatonewfcguy. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui lebih dalam apakah Kredibilitas Content Creator Media Sosial Tik Tok Influencer (@thatonewfcguy) Terhadap Keputusan Pembelian Work From Café Di Kota Bandung.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari subjek atau objek yang dengan ciri serta kuantitas tertentu berdasarkan ketentuan peneliti digunakan sebagai bahan penelitian dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2022).

Populasi dan sampel didefinisikan sebagai sumber utama penelitian dalam memperoleh data yang dibutuhkan untuk membuktikan suatu fenomena atau realitas suatu penelitian yang sedang dikerjakan (Neolaka, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* atau pengikut dari akun Instagram @thatonewfcguy sebanyak 13.600 akun per November 2024.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian atau irisan dari karakteristik dan jumlah suatu populasi yang ditetapkan (Sugiyono, 2022). Sampel harus mewakili atau representative dikarenakan data yang dihasilkan dari sampel kesimpulannya akan mewakili suatu populasi.

Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling* yang merupakan bagian dari teknik sampling *probability sampling*. Teknik *random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono, 2022).

Kriteria sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebagian dari *followers* atau pengikut akun Instagram @thatonewfcguy dan juga yang sudah pernah memutuskan *work from café* (WFC) berdasarkan rekomendasi dari akun TikTok @thatonewfcguy. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus perhitungan Taro Yamane (Riduwan, 2015: 65) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi yang diketahui, d = Presisi yang ditetapkan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan toleransi kesalahan sebesar 10%. Berdasarkan rumus diatas maka perhitungan sampel untuk penelitian ini adalah:

Maka berikut jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{13.600}{13.600 \times 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{13.600}{13.600 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{13.600}{13.600 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{13.600}{137}$$

$n = 99,27$ dibulatkan menjadi 100

Dari uji sampel di atas, penulis mengambil sebanyak 100 sampel yang akan disebarkan melalui kuesioner kepada para responden.

3.3.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *random sampling*. Teknik *Random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono, 2022).

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2022), definisi variabel penelitian adalah merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel juga merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. dilakukan yaitu dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan yang telah disusun secara sistematis oleh penulis kepada followers atau pengikut akun Instagram @thatonewfcguy yang sudah pernah membeli produk yang direkomendasikan oleh akun instagram @thatonewfcguy. Kuesioner tersebut berisikan variabel yang akan diteliti yaitu mengenai kredibilitas dan keputusan pembelian. Teknik pembagian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah Skala Likert.

Skala Likert

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Tabel 3.1
Skala Likert

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen), yang disimbolkan dengan simbol X (Sugiyono, 2022). Kemudian variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan simbol Y (Sugiyono, 2022). Agar lebih jelas, operasionalisasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada :

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris (Indikator)	Konsep Analisis	Skala	Item	
Kredibilitas (X)	Kredibilitas mempengaruhi anggota member melalui proses internalisasi dimana anggota member berbagi nilai dan sikap yang sama dengan pembicara (Sokolovaa, 2019).	Daya Tarik (attractiveness)	Tampilan Menarik	Ordinal	1	
			Tampilan Variatif		2	
			Tampilan Berkharisma		3	
			Informasi <i>up to date</i>		4	
		Kepercayaan (trustworthness)	Review dengan jujur		5	
			Review atau memberikan informasi terpercaya		6	
			Sebagai sumber referensi		7	
		Keahlian (expertise)	Memiliki pengetahuan mengenai produk yang di <i>review</i>		Ordinal	8
			Mempunyai pengalaman latar			9

			belakang mengenai bidang kuliner		
			Ahli dalam bidang dan perannya		10
			Berkualitas		11
			Terampil		12
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk dan mengevaluasi masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, mengarah	Pilihan Produk	Varian Produk	Ordinal	13
			Kualitas Produk		14
		Pilihan Merek	Populer		15
		Pilihan Penyalur	Lokasi		16
			Kelengkapan Produk		17
		Waktu Pembelian	Sekali		18
			Beberapa kali		19
		Jumlah Pembelian	Jumlah yang sesuai		20
		Metode Pembayaran	Tunai		21
			Non-Tunai		22

	kepada keputusan pembelian”.				
--	------------------------------	--	--	--	--

Sumber : Diolah peneliti, 2024

3.5 Jenis dan Sumber Data

Pada temuan ini sumber data yang digunakan ialah data kuantitatif. Data kuantitatif ialah data ataupun informasi yang di peroleh berbentuk data kuantitatif dan angka yang bisa di analisis melalui sistem statistik. Menurut Sugiyono (2022) menyebutkan bahwa terdapat dua jenis sumber data, antara lain:

3.5.1 Sumber Data Primer

Sugiyono (2022), data primer ialah sumber yang langsung yang memberi datanya untuk peneliti, seperti dengan hasil wawancara dan kuesioner.

3.5.2 Sumber Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2022) data sekunder ialah sumber yang tidak langsung dimana memeri data untuk peneliti, data tersebut didapatkan dari sumber yang bisa memberikan dukungan penelitian seperti dari literatur dan dokumentasi. Sementara itu, untuk jenis data, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Jenis Data Primer

Wardiyanta (2006) menyatakan bahwa jenis data primer yang diperoleh yakni informasi dari tangan pertama dan responden.

2. Jenis Data Sekunder

Wardiyanta (2006) menyatakan bahwa data sekunder merupakan informasi yang didapat tidak secara langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga.

3.6 Instrumen Penelitian

Penilaian kuesioner atas tanggapan responden menggunakan skala likert. Pendapat Sugiyono (2022) skala ini bisa diterapkan sebagai pengukuran pendapat, sikap dan

pandangan orang atau sekelompok orang mengenai peristiwa sosial. Dari skala ini, maka variabelnya akan diubah menjadi variabel indikator, setelah itu indikator-indikator dibentuk menjadi konsensus sebagai pembuatan item instrument yang berbentuk pertanyaan dan pernyataan.

3.6.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau dokumen yang diminta untuk mereka jawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien ketika peneliti mengetahui secara pasti variabel apa yang diukur dan apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2022).

3.6.2 Observasi

Menurut Sugiyono (2022), observasi adalah pengamatan terhadap pola tingkah laku manusia dalam suatu situasi tertentu untuk memperoleh informasi tentang suatu fenomena yang diminati.

3.6.3 Studi Literatur

Teknik pengumpulan data berasal dari teori, buku, majalah, artikel, dan sumber lain untuk memperoleh informasi mengenai bauran pemasaran dan minat beli ulang konsumen.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pendapat Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa kuesioner ialah teknik untuk mengumpulkan data yang diterapkan dengan menjawab serangkaian pertanyaan ataupun pernyataan tertulis. Kuesioner bisa berbentuk pernyataan ataupun pertanyaan terbuka dan tertutup.

Atribut-atribut psikologis itu secara teknis biasanya digolongkan menjadi kognitif dan atribut non kognitif. Sumadi mengemukakan bahwa untuk atribut kognitif, perangsangnya adalah pertanyaan. Sedangkan untuk atribut non-kognitif, perangsangnya adalah pernyataan. Teknik-teknik yang digunakan dalam pengumpulan data kuantitatif sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan dengan cara :

2. Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

3. Wawancara

Dilakukan dengan tanya jawab kepada pemilik akun @thatonewfcguy. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

4. Kuesioner

Teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan yang dibuat menggunakan google form, lalu disebarakan kepada para responden. Kuesioner yang dirancang akan dilakukan pengukuran dengan skala likert dimana nilai satu dinilai menjadi nilai paling rendah dan nilai lima dinilai menjadi nilai paling tinggi. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai promosi, lokasi, *store atmosphere* dan keputusan pembelian konsumen.

3.8 MSI (*Method of Successive Interval*)

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi sosial. Hasil transformasi data dari ordinal ke interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Berdasarkan hasil dari transformasi data ordinal menjadi interval tersebut, dapat diketahui bahwa input analisis data bersumber dari data hasil interval yang diolah dengan metode MSI.

Hal ini berlaku untuk variabel independen dan variabel dependen. Masing-masing data yang ditransformasikan dipilih menurut karakteristik variabelnya sehingga dalam input analisis data dengan menggunakan SPSS 21.0 dapat dengan mudah mengkalkulasikan atau menghitung secara komputerisasi menurut variabel yang diuji baik independen dan dependen.

3.9 Uji Validitas

Menurut Echdar (2017), uji validitas menunjukkan seberapa realistis suatu pengujian pengukuran sesuatu yang seharusnya diukur. Pengukuran dikatakan valid jika diukur tujuannya dengan nyata dan benar. Pengujian validitas instrument penelitian dilakukan dengan cara pengujian validitas eksternal. Validitas eksternal instrument diuji dengan cara membandingkan antara kriteria yang ada pada instrument dengan fakta empiris yang terjadi di lapangan. Untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrument penelitian dapat dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Berikut keterangannya:

r_{xy} : koefisien korelasi antara X dan Y

n : banyaknya responden

X : skor variabel X Y : skor variabel Y

$\sum X$: jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$: jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$: jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

$\sum Y^2$: jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

Selain dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* penelitian dapat juga menggunakan rumus signifikansi sebagai alat ukur valid atau tidaknya suatu

instrumen penelitian dengan kriteria berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen tersebut valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tersebut tidak valid
3. Jika nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
4. Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji dengan total 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) dengan rumus $dk = n-2$ atau $dk = 30-2$, berarti derajat kebebasannya adalah 28 maka didapat r_{tabel} sebesar 0,361.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel

No. Pertanyaan (Kredibilitas (X))	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Daya Tarik (Attractiveness)			
1. Tampilan konten akun TikTok @thatonewfcguy yang disajikan menarik membahas tentang <i>work from cafe</i> (WFC)	0,833	0,361	Valid
2. Tampilan konten akun TikTok @thatonewfcguy yang disajikan variatif membahas tentang <i>work from cafe</i> (WFC)	0,665	0,361	Valid
3. Tampilan konten akun TikTok @thatonewfcguy yang disajikan berkharisma membahas tentang <i>work from cafe</i> (WFC)	0,790	0,361	Valid
4. Informasi yang diberikan oleh akun TikTok @thatonewfcguy <i>up to date</i> membahas tentang <i>work from cafe</i> (WFC)	0,829	0,361	Valid

Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>)			
1. Review/informasi yang disajikan oleh akun TikTok @thatonewfcguy mengenai <i>work from cafe</i> (WFC) jujur	0,712	0,361	Valid
2. Review/informasi yang disajikan oleh akun TikTok @thatonewfcguy mengenai <i>work from cafe</i> (WFC) terpercaya	0,751	0,361	Valid
3. Konten yang disajikan oleh akun TikTok @thatonewfcguy menjadi sumber referensi untuk <i>work from cafe</i> (WFC)	0,705	0,361	Valid
Keahlian (<i>Expertise</i>)			
1. Akun TikTok @thatonewfcguy memiliki pengetahuan produk yang di review khususnya mengenai <i>work from cafe</i> (WFC)	0,643	0,361	Valid
2. Akun TikTok @thatonewfcguy mempunyai pengalaman latar belakang bidang kuliner khususnya mengenai <i>work from cafe</i> (WFC)	0,716	0,361	Valid
3. Akun TikTok @thatonewfcguy ahli dalam bidang dan perannya sebagai <i>influencer</i> untuk menyajikan informasi mengenai <i>work from cafe</i> (WFC)	0,800	0,361	Valid

4. Konten yang disajikan akun TikTok @thatonewfcguy mengenai <i>work from cafe</i> (WFC) berkualitas	0,579	0,361	Valid
5. Konten yang disajikan akun TikTok @thatonewfcguy mengenai <i>work from cafe</i> (WFC) terampil	0,753	0,361	Valid
No. Pertanyaan (Keputusan Pembelian(Y))	rhitung	rtabel	Keterangan
Pilihan Produk			
1. Saya memutuskan <i>work from cafe</i> (WFC) karena kafe yang direkomendasikan oleh akun TikTok @thatonewfcguy mempunyai beragam varian produk yang ditawarkan	0,682	0,361	Valid
2. Saya memutuskan <i>work from cafe</i> (WFC) karena kafe yang direkomendasikan oleh akun TikTok @thatonewfcguy menawarkan kualitas produk (Penampilan, Porsi, Rasa, Aroma) yang baik	0,828	0,361	Valid
Pilihan Merek			
1. Saya memilih kafe yang	0,473	0,361	Valid

direkomendasikan oleh akun TikTok @thatonewfcguy karena populer untuk melaksanakan <i>work from cafe</i> (WFC)			
Pilihan Penyalur			
1. Saya mengunjungi kafe yang direkomendasikan oleh akun TikTok @thatonewfcguy khusus <i>work from cafe</i> (WFC) karena lokasinya	0,663	0,361	Valid
2. Saya memutuskan <i>work from cafe</i> (WFC) karena ketersediaan produknya lengkap dari kafe yang disajikan oleh akun TikTok @thatonewfcguy	0,742	0,361	Valid
Waktu Pembelian			
1. Saya sudah sekali mengunjungi kafe yang direkomendasikan khusus <i>work from cafe</i> (WFC) oleh akun TikTok @thatonewfcguy	0,758	0,361	Valid
2. Saya sudah lebih dari sekali mengunjungi kafe yang direkomendasikan khusus <i>work from cafe</i> (WFC) oleh akun TikTok @thatonewfcguy	0,668	0,361	Valid
Jumlah Pembelian			
1. Saya melakukan pembelian produk yang direkomendasikan oleh	0,539	0,361	Valid

akun TikTok @thatonewfcguy dengan jumlah sesuai untuk <i>work from cafe</i> (WFC)			
Metode Pembayaran			
1. Saya lebih memilih melakukan pembelian dengan menggunakan uang tunai ketika membeli saat <i>work from cafe</i> (WFC)	0,515	0,361	Valid
2. Saya lebih memilih melakukan pembelian menggunakan kartu debit atau metode pembayaran non-tunai lainnya saat <i>work from cafe</i> (WFC)	0,542	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian penulis 2024

3.10 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah merupakan indicator yang mengukur konsistensi responden dalam menjawab dalam kuesioner. (Sugiyono, 2022). Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila instrumen memiliki data yang sama dengan mengukur objek yang sama secara berulang-ulang. (Sugiyono, 2022). Uji reabilitas instrument pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's alpha*:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan sebagai berikut:

R_{11} = koefisien reabiliti instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = total varians butir

σ_t^2 = total varians

Untuk mengetahui reabilitas suatu instrument yaitu jika nilai Alpha

dibandingkan dengan nilai konstanta, yaitu 0,6. Kesimpulan yaitu dengan mengacu pada ketentuan berikut ini:

- ✓ Jika nilai Alpha > nilai konstanta, maka instrumen tersebut reliabel
- ✓ Jika nilai Alpha < nilai konstanta, maka instrumen tersebut tidak reliabel.

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	C_{hitung}	C_{min}	Keterangan
	Kredibilitas (X)	0,921	0,6	Reliabel
	Keputusan Pembelian (Y)	0,841	0,6	Reliabel

Sumber: Diolah penulis, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, menyatakan bahwa Kredibilitas (X) serta Keputusan Pembelian (Y) reliabel karena $C_{\text{hitung}} > C_{\text{min}}$.

3.11 Metode Analisis Data

3.11.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan secara umum data utuh yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang general (Sugiyono, 2022). Rumus untuk mencari skor ideal menurut (Sugiyono, 2022), sebagai berikut:

1. Nilai indeks maksimum :
Skor interval tertinggi x jumlah butir item setiap dimensi x jumlah responden
2. Nilai indeks minimum :
Skor interval terendah x jumlah butir item setiap dimensi x jumlah responden
3. Panjang interval kelas :
(nilai maksimum – nilai minimum) / banyaknya interval

4. Presentase skor :

$$(\text{total skor} / \text{nilai maksimum}) \times 100$$

3.12 Analisis Verifikatif

3.12.1 Uji Asumsi Klasik

3.12.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Uji normalitas data dapat diaplikasikan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov*, yaitu dengan ketentuan sebagai berikut:

- Nilai signifikan $>0,05$, maka data mempunyai distribusi normal
- Nilai signifikan $<0,05$, maka data tidak mempunyai distribusi normal

3.12.1.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini yaitu bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Regresi digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dan untuk memprediksi variabel dependen menggunakan variabel independent. Persamaan regresi sederhana dengan prediktor dirumuskan sebagai berikut menurut (Sugiyono, 2022).

Rumus regresi linier sederhana seperti berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel bebas

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan terhadap variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka yang terjadi adalah kenaikan, bila b (-) maka yang terjadi adalah penurunan jika jumlah variabel bebas paling sedikit dua atau lebih, maka akan dilakukan analisis

regresi linier berganda dan ditransformasikan dalam beberapa hipotesis yang menggambarkan pengaruh variabel yang paling dominan terhadap variabel terikat. Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan dengan prosedur sebagai berikut :

3.5.1 Uji Asumsi Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk memastikan data yang terkumpul berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Menurut Ghozali (2018) uji normalitas digunakan untuk menguji apakah kedua variabel (bebas dan terikat), dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak. Jika suatu variabel tidak berdistribusi normal, hasil uji statistik akan turun dan data sampel memenuhi persyaratan distribusi normal menggunakan *probability plot*.

3.5.2 Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Pengujian ini di desain untuk menguji adanya varian ketidaknyamanan pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Untuk model penelitian yang baik, tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Uji white juga digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah heteroskedastisitas ada atau tidak. Ghozali (2018) menyatakan uji white dilakukan dengan regresi kuadrat dari residual kuadrat (U_2^2) dan perkalian variabel bebas serta terikat. Pengambilan keputusan uji white merupakan :

- a. Bila nilai Chi-Squarehitung $>$ Chi-Squaretabel maka terjadi gejala heteroskedastisitas
- b. Bila nilai Chi-Squarehitung $<$ Chi-Squaretabel maka terjadi gejala heteroskedastisitas

3.13 Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi menggunakan nilai numerik untuk menentukan derajat asosiasi hubungan antar variabel. Dua variabel dapat dikatakan berkorelasi bila karakter satu variabel mempengaruhi variabel lainnya, bila tidak ada pengaruh maka kedua variabel dikatakan independent (Subandriyo, 2020, hlm. 1). Apabila $r = 0$ atau mendekati 0, hal ini menunjukkan tidak ada korelasi atau korelasi lemah antara

variabel yang diuji (Sugiyono, 2022)

Interval	Koefisien Korelasi
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Tinggi
0,80-1,000	Sangat tinggi

3.13 Analisis Determinasi (R²)

Kapasitas model untuk memperhitungkan variasi variabel dependen diukur dengan analisis determinasi. Koefisien determinasi mempunyai nilai antara 0 dan 1. Kemampuan variabel dependen sangat terhambat bila R² nilainya mendekati 1, variabel independen hampir seluruhnya memenuhi persyaratan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Analisis determinasi dilakukan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi seberapa besar kemampuan variabel independent dalam memperhitungkan variasi variabel dependen. Pada penelitian ini, koefisien determinasi dihitung menggunakan rumus :

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

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r² = Koefisien korelasi ganda

3.14 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan tahap akhir dari analisis data yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dan terikat yang menentukan akhir dan dapat disimpulkan antara H₀ ditolak atau H_a diterima dari hipotesis sebelumnya. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan terdapat pengaruh signifikan antara kredibilitas (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Rancangan hipotesis dilakukan secara simultan dan parsial sebagai berikut :

1. Secara simultan
 - a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh antara kredibilitas yang terdiri dari daya tarik, kepercayaan, keahlian terhadap keputusan pembelian.
 - b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara kredibilitas yang terdiri dari daya tarik, kepercayaan, keahlian terhadap keputusan pembelian

2. Secara parsial
 - a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara daya tarik terhadap keputusan pembelian
Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara daya tarik terhadap keputusan pembelian
 - b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian
Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian
 - c. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara keahlian terhadap keputusan pembelian.
Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara keahlian terhadap keputusan pembelian.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan dapat ditulis sebagai berikut :

- $H_0 = 0$, tidak ada pengaruh dari kredibilitas (X) yang terdiri dari daya tarik (X1), kepercayaan (X2), dan keahlian (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)
- $H_a \neq 0$, terdapat pengaruh dari kredibilitas (X) yang terdiri dari daya tarik (X1), kepercayaan (X2), dan keahlian (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)