

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Pada penelitian memanfaatkan suatu desain untuk menyelesaikan studi yang dibuatnya. Desain yang digunakan dalam studi ini yakni desain kausal dimana memahami jalinan antara variabel yang terdapat. Yakni jalinan antara variabel bebas serta variabel terikat (Suhartanto, 2014).

Dalam riset ini ada variabel bebas (X) (yang mempengaruhi) berupa kredibilitas *influencer* (*attractiveness, trustworthiness, expertise*) serta variabel dependen (Y) (yang dipengaruhi) berbentuk minat beli.

### **3.2 Metode Penelitian**

Sebuah studi ini menggunakan metode penelitian yang telah diterapkan, yaitu metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian merupakan tata cara yang digunakan untuk mempelajari pada populasi dan ilustrasi tertentu.

Sumber informasi dalam penelitian ini yaitu berasal dari informasi primer serta informasi sekunder. Ada pula, metode yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif verifikatif.

Hasil penelitian deskriptif pada penelitian ini diperoleh dari pengaruh kredibilitas akun instagram @wisatakulinerbogor terhadap minat beli Restoran Sushikaki Kota Bogor. Sementara itu, hasil penelitian verifikatif pada riset ini yaitu untuk mengenali kebenaran dari hipotesis yang sudah disusun serta dicoba pengumpulan informasi melewati kuesioner.

### **3.3 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sesuatu tujuan ilmiah untuk memperoleh informasi dengan tujuan tertentu tentang suatu perihal yang objektif, valid, serta reliabel. Dalam Judul yang diangkat penulis objek riset berbentuk variabel bebas

ialah (X) merupakan pengaruh kredibilitas serta variabel terikat (Y) Minat Beli (Sugiyono, 2019).

Subjek penelitian menurut (Sugiyono, 2019) yaitu seseorang yang berkaitan dengan yang hendak diteliti ialah seseorang narasumber. Guna memperoleh suatu data, maka informasi penelitian hingga subjek riset yang dituju merupakan pengikut (*followers*) akun Instagram @wisatakulinerbogor.

### **3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi menurut (Sugiyono, 2019) adalah mengacu pada kumpulan lengkap individu atau data dari mana sampel diambil. Populasi merujuk pada wilayah utama yang merupakan bagian dari suatu objek dan subjek yang memiliki karakteristik tertentu telah disepakati oleh untuk dipelajari dan akhirnya bisa mendapatkan sebuah kesimpulan.

Populasi pada penelitian yang berjudul pengaruh kredibilitas akun instagram *influencer* @wisatakulinerbogor terhadap minat beli wisatawan di Restoran Sushikaki Kota Bogor ini ditetapkan sebagai langkah awal dalam menentukan sampel penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu memakai data pengikut (*followers*) akun instagram @wisatakulinerbogor yang berjumlah 175.000 pengikut per Desember 2024 dengan ketentuan diutamakan berdomisili dari luar Kota Bogor dan telah menonton video yang di referensikan serta tertarik untuk memperoleh produk yang ditawarkan pada Restoran Sushikaki Kota Bogor yang direferensikan oleh @wisatakulinerbogor.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel penelitian merupakan sebagian dari seluruh serta ciri yang dimiliki oleh suatu populasi yang ada. Sampel sebagai suatu representasi dari dimensi serta populasi. Ilustrasi yang diperoleh dari populasi wajib amat representatif agar informasi yang dihasilkan dari sampel akhirnya akan mewakili suatu populasi (Sugiyono, 2019).

Dalam riset ini, metode sampling yang peneliti pakai merupakan berupa *random sampling*, yang menggambarkan bagian dari metode *probability sampling*. *Random sampling* merupakan tata cara pengambilan sampel secara acak, di mana pemilihan anggota sampel dari populasi dicoba secara *random* tanpa memikirkan adanya tingkat yang terdapat dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2019).

Tolak ukur ilustrasi yang hendak diseleksi sebagai responden dalam riset ini merupakan sebagian pengikut (*followers*) akun Instagram @wisatakulinerbogor yang sudah sudah menyaksikan video yang di referensikan dan tertarik untuk mendapatkan produk yang ditawarkan pada Restoran Sushikaki Kota Bogor yang direferensikan oleh @wisatakulinerbogor.

Untuk menetapkan jumlah sampel yang hendak diteliti, peneliti memakai rumus slovin untuk menetapkannya, ialah sebagai berikut:

Rumus Slovin:

n :

$$\frac{N}{1 + Nc^2}$$

Keterangan :

n : ukuran dari sampel minimum

N : ukuran total populasi

e : nilai toleransi terhadap ketidakakuratan yang disebabkan oleh kesalahan dalam pengambilan sampel (dalam hal ini, e yang digunakan adalah 10% atau 0,1)

Dengan demikian, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{175.000}{1 + 175.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{175.000}{1.750,01}$$

$n = 99,99$

$n \approx 100$

Dari hasil yang telah ditemukan diatas, peneliti menetapkan sampel yang akan diteliti secara keseluruhan adalah sebanyak 99,99 orang. Akan tetapi, untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menurut (Sugiyono, 2019) merupakan salah satu karakteristik seseorang atau objek dalam suatu kegiatan yang telah ditentukan variasinya oleh peneliti agar dapat dipelajari dan diambil kesimpulan dari berbagai aspeknya.

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Analisis Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	Item
<b>Kredibilitas (X)</b>	Menurut (Jason et al., 2020) terdapat hal yang dapat mengembangkan skala untuk mengukur kredibilitas yang disebut model kredibilitas sumber 3 komponen yakni terdiri dari 1. <i>Attractiveness</i> (daya tarik) 2. <i>Trustworthiness</i> (kepercayaan) 3. <i>Expertise</i> (keahlian)	<b><i>Attractiveness (X1)</i></b> (daya tarik) - <i>Attractive</i> - <i>Classy</i> - <i>Beautiful</i> - <i>Elegant</i> - <i>Sexy</i> (Jason et al., 2020)	Data yang dikumpulkan dari responden menggunakan skala semantik yang mencakup: 1. Konten menarik (isi mudah dipahami, relevan) 2. Konten berkualitas (mencakup informasi, terdapat caption, dan menggunakan tata bahasa yang sesuai) 3. Konten Baik/ Cantik (ukuran tulisan, voice effects, warna teks, latar belakang, editing Baik) 4. Konten yang disajikan teratur (berurutan dari pembukaan, isi, penutup) 5. Konten yang disajikan memiliki kualitas baik (Video tidak buram, suara jernih)	Interval	1-5

		<p><b>Trustworthiness (X2)</b> (kepercayaan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Trustworthy</i></li> <li>- <i>Dependable</i></li> <li>- <i>Honest</i></li> <li>- <i>Reliable</i></li> <li>- <i>Sincere</i></li> </ul> <p>(Jason et al., 2020)</p>	<p>Data yang dikumpulkan dari responden menggunakan skala semantik yang mencakup:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konten memberikan informasi yang dapat meyakinkan konsumen terhadap produk yang dijual</li> <li>2. Konten memberikan sumber referensi dalam mencari informasi terhadap produk yang dijual</li> <li>3. Konten memberikan review jujur terhadap produk yang dijual</li> <li>4. Konten memberikan informasi yang terpercaya terhadap produk yang dijual</li> <li>5. Konten memberikan informasi yang tulus/ sepenuh hati (kesesuaian) terhadap produk yang dijual</li> </ol>	Interval	6-10
		<p><b>Expertise (X3)</b> (keahlian)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Expert</i></li> <li>- <i>Experienced</i></li> <li>- <i>Knowledgeable</i></li> <li>- <i>Qualified</i></li> <li>- <i>Skilled</i></li> </ul> <p>(Jason et al., 2020)</p>	<p>Data yang dikumpulkan dari responden menggunakan skala semantik yang mencakup:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akun @wisatakulinerbogor ahli dalam bidang yang ditekuni</li> <li>2. Akun @wisatakulinerbogor memiliki pengalaman latar belakang mengenai bidang kuliner yang ditekuni</li> <li>3. Akun @wisatakulinerbogor pengetahuan seputar produk yang dijual oleh Restoran Sushikaki Kota Bogor</li> <li>4. Akun @wisatakulinerbogor memiliki kualitas yang baik (berkualitas/ terjamin)</li> <li>5. Akun @wisatakulinerbogor memiliki keterampilan (mampu untuk menjelaskan dengan baik)</li> </ol>	Interval	11-15

<b>Minat Beli (Y)</b>	Menurut (Jason et al., 2020) Minat membeli merupakan niat sadar seseorang untuk berusaha membeli suatu merek.	<b>Minat Beli (Y)</b> - Saya dapat membayangkan/ mengetahui lebih terhadap produk - Saya akan mempertimbangkan kembali untuk mencari informasi yang disajikan sebelum membeli produk - Saya sangat tertarik untuk berpartisipasi pada produk yang ditawarkan (Jason et al., 2020)	Data yang dikumpulkan dari responden menggunakan skala semantik yang mencakup: 1. Mampu menimbulkan rasa untuk mengetahui lebih tentang produk yang ditawarkan 2. Mampu menimbulkan rasa untuk mempertimbangkan kembali 3. Mampu menimbulkan rasa tertarik untuk berpartisipasi untuk mencoba produk yang ditawarkan	Interval	16-18
-----------------------	--	---	---	----------	-------

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

#### a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data dari sumber pertama atau lokasi di mana objek penelitian dilakukan (Sugiyono, 2019). Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden yang memenuhi kriteria mewakili keseluruhan populasi, yaitu pengikut (*followers*) akun Instagram @wisatakulinerbogor.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang berasal dari pihak ketiga, baik itu melalui orang lain maupun dokumen, yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk internet, buku, dan studi pustaka.

### 3.7 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen yang peneliti gunakan adalah berupa daftar kuesioner pertanyaan tertutup.

### 3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti yakni dengan cara, sebagai berikut:

#### a. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan merancang dan menyajikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan kepada responden yang memenuhi kriteria tertentu untuk diisi (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, kuesioner diukur menggunakan Skala Semantik Diferensial, di mana jawaban sangat positif terletak di sisi kanan dan jawaban yang sangat negatif di sisi kiri (Veronica *et al.*, 2022). Berikut adalah contoh penerapan skala semantik diferensial :

**Tabel 3.2 Skor Jawaban Responden  
Jenis Skala Semantik Diferensial**

Alternatif Jawaban	Tidak Pernah/ Tidak Percaya Tidak Tertarik/ Tidak Puas/ Tidak Setuju	Rentang Jawaban ←————→ 1 2 3 4 5	Selalu/ Sangar Percaya/ Sangat Tertarik/ Sangat Puas/ Sangat Setuju
	Negatif		Positif

Sumber : Diadaptasi dari Abdullah Karimuddin dkk, (2022)

#### b. Literatur dan data online

Literatur dan data online digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan guna mendukung penelitian ini. Data yang diperoleh dikumpulkan dari berbagai jurnal, buku, penelitian sebelumnya, serta sumber-sumber di internet. Selain itu, dilakukan observasi langsung erhadap variabel X.

#### c. Wawancara dengan narasumber

### 3.9 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses untuk menilai sejauh mana suatu kuesioner dapat dianggap valid. Sebuah kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan atau pertanyaannya berhasil mengeksplorasi hal-hal yang ingin diperiksa (Sugiyono, 2019).

Proses pengujian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang ditetapkan oleh peneliti. Setelah data dikonfirmasi valid, pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner dapat digunakan sebagai instrumen penelitian. Uji validitas instrumen penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 23.0. Sebuah item dalam instrumen dianggap valid jika memenuhi kriteria minimal, yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada tingkat signifikansi  $<0.05$ , yang ditentukan.

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = perbandingan antara skor satu item dengan skor total item

$\sum X$  = jumlah skor yang diberikan pada distribusi X

$\sum Y$  = jumlah skor yang ditemukan pada distribusi Y

$\sum X^2$  = skor distribusi X dalam kuadrat

$\sum Y^2$  = skor distribusi Y dalam kuadrat

$n$  = jumlah responden yang menjawab

$x$  = nilai variabel untuk masing-masing item

$y$  = nilai total variabel untuk semua item

Berikut adalah kriteria untuk menentukan validitas pengujian ini:

1. Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, pernyataan tersebut dianggap valid
2. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, pernyataan tersebut dianggap tidak valid

Pengujian validitas yang dilakukan mencakup variabel kredibilitas *Influencer* yaitu terdiri dari variabel *independen* (X) berupa kredibilitas influencer dan variabel *dependen* (Y) berupa minat beli, dengan 30 responden sebagai partisipan, menggunakan tingkat signifikansi 10% atau 0,1, serta nilai  $r$  tabel sebesar 0,463 sebagai acuan. Berikut adalah hasil uji validitas variabel kredibilitas *influencer* (X) yang dilakukan oleh peneliti pada 30 responden.

**Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X**

No	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
<b>Attractiveness</b>				
1.	Konten yang disajikan @wisatakulinerbogor terlihat menarik dalam mempromosikan Restoran Sushikaki	0,463	0,716	Valid
2.	Konten yang disajikan @wisatakulinerbogor terlihat berkualitas (mencakup informasi, terdapat tulisan penjas, terdapat tata bahasa yang sesuai) dalam mempromosikan Restoran Sushikaki	0,463	0,484	Valid
3.	Konten yang disajikan @wisatakulinerbogor terlihat interaktif (Ukuran tulisan, Voice Effects, Warna teks dan Latar belakang, serta Editing Baik) dalam mempromosikan Restoran Sushikaki	0,463	0,731	Valid

4.	Konten yang disajikan oleh akun instagram Influencer @wisatakulinerbogor terlihat teratur (berurutan dari pembukaan, isi, penutup) sehingga sangat menggambarkan produk yang dijual oleh Restoran	0,463	0,467	Valid
5.	Konten yang disajikan oleh Akun Instagram Influencer @wisatakulinerbogor memiliki kualitas Baik (Video tidak buram, Suara Jernih) sehingga sangat menggambarkan produk yang dijual oleh Restoran	0,463	0,734	Valid
<b>Trustworthiness</b>				
6.	Akun Instagram Influencer @wisatakulinerbogor memberikan informasi yang dapat meyakinkan konsumen terhadap produk yang dijual oleh Restoran Sushikaki Kota Bogor	0,463	0,813	Valid
7.	Akun Instagram Influencer @wisatakulinerbogor sebagai sumber referensi dalam mencari informasi terkait produk yang dijual oleh Restoran Sushikaki Kota Bogor	0,463	0,618	Valid
8.	Review dengan jujur yang dilakukan oleh akun instagram Influencer @wisatakulinerbogor terhadap produk yang dijual oleh Restoran Sushikaki Kota Bogor	0,463	0,822	Valid
9.	Memberikan Informasi yang terpercaya dilakukan oleh akun instagram Influencer @wisatakulinerbogor terhadap produk yang dijual oleh Restoran Sushikaki Kota Bogor	0,463	0,588	Valid
10.	Memberikan Informasi yang tulus/ sepenuh hati (kesesuaian) dilakukan oleh Akun Instagram Influencer @wisatakulinerbogor terhadap produk yang dijual oleh Restoran Sushikaki Kota Bogor	0,463	0,729	Valid

<i>Expertise</i>				
11.	Akun Instagram Influencer @wisatakulinerbogor ahli dalam bidang yang ditekuni	0,463	0,756	Valid
12.	Akun Instagram Influencer @wisatakulinerbogor mempunyai pengalaman latar belakang mengenai bidang kuliner yang ditekuni	0,463	0,841	Valid
13.	Akun Instagram Influencer @wisatakulinerbogor memiliki pengetahuan seputar produk yang dijual oleh Restoran Sushikaki Kota Bogor	0,463	0,758	Valid
14.	Akun Instagram Influencer @wisatakulinerbogor berkualitas (terjamin dengan baik)	0,463	0,733	Valid
15.	Akun Instagram Influencer @wisatakulinerbogor terampil (mampu untuk menjelaskan dengan baik)	0,463	0,851	Valid

Tabel 3.3 mendapatkan hasil perhitungan uji validitas kuesioner yang terdiri dari 15 butir pernyataan dan dinyatakan valid karena memenuhi kriteria yang ditetapkan. Semua pernyataan pada variabel kredibilitas *influencer* (X) memiliki nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (0,463), yang berarti semua pernyataan tersebut valid. Berikut adalah hasil uji validitas terhadap variabel minat beli (Y) yang dilakukan oleh peneliti pada 30 responden:

**Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y**

No	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
1.	Konten yang disajikan oleh @wisatakulinerbogor menimbulkan rasa untuk mengetahui lebih tentang produk yang dijual pada Restoran Sushikaki Kota Bogor	0,463	0,853	Valid
2.	Konten yang disajikan oleh @wisatakulinerbogor menimbulkan rasa untuk	0,463	0,608	Valid

	mempertimbangkan kembali menonton konten yang disajikan terlebih dahulu sebelum mencoba produk yang dijual pada Restoran Sushikaki Kota Bogor			
3.	Konten yang disajikan oleh @wisatakulinerbogor menimbulkan rasa tertarik untuk berpartisipasi lebih dalam mencoba produk yang dijual pada Restoran Sushikaki Kota Bogor	0,463	0,855	Valid

Berdasarkan pengolahan uji validitas pada variabel minat beli (Y), mendapatkan sebuah hasil bahwa semua pernyataan pada variabel Minat Beli (Y) *dependen* memiliki  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (0,463) yang berarti semua pernyataan tersebut valid.

Pengujian validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana terdapat kesesuaian antara berbagai data yang ada, baik yang berasal dari objek nyata maupun dari data yang dilaporkan oleh peneliti. Untuk menentukan apakah suatu item valid atau tidak, kita dapat menghubungkan skor item dengan skor total. Jika nilai korelasi  $r$  lebih dari 0,01, maka item tersebut dapat dianggap valid. Pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23.0.

### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut merupakan uji untuk menggambarkan sampai sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan digunakan secara konsisten menjadi pertanyaan penting dalam penelitian. Untuk menilai keandalannya, pendekatan statistik digunakan yaitu dengan menghitung koefisien reliabilitas (Sugiyono, 2019). Jika koefisien reliabilitasnya tersebut lebih besar dari 0,06, maka alat ukur tersebut dianggap andal atau reliabel secara keseluruhan. Salah satu cara untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *cronbach's alpha*. Berikut adalah rumus untuk menghitung nilai *cronbach's alpha*:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum Si^2}{S^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Nilai realibilitas

$\sum Si$  = Jumlah varians skor tiap-tiap butir

$S$  = Varians total

$K$  = Jumlah item

Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6, maka pernyataan yang digunakan dapat dianggap reliabel atau dapat dipercaya. Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas untuk variabel kredibilitas influencer (X) dan variabel minat beli (Y), yang dilakukan pada 30 responden:

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
Kredibilitas (X)	0,931	Reliabel
<i>Attractiveness</i> (X1)	0,762	Reliabel
<i>Trustworthiness</i> (X2)	0,846	Reliabel
<i>Expertise</i> (X3)	0,910	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,866	Reliabel

### 3.10 Analisis Data

#### 3.10.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah suatu metode yang digunakan dalam penelitian ilmiah untuk menggali informasi mengenai keberadaan suatu variabel, baik itu hanya satu variabel maupun lebih dari satu (Sugiyono, 2019).

Secara general, analisis deskriptif dilakukan untuk melihat gambaran umum tentang suatu objek dapat diperoleh melalui data dari hasil skor kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden dalam penelitian ini. Hasil skor tersebut kemudian

ditabulasi dengan cara menghitung skor yang diperoleh. Rumus yang digunakan untuk analisis deskriptif ini yaitu:

- Nilai indeks maksimum didapatkan dengan cara menghitung  
= skor interval tertinggi  $\times$  jumlah butir item per dimensi  $\times$  jumlah responden
- Nilai indeks minimum didapatkan dengan cara menghitung  
= skor interval terendah  $\times$  jumlah butir item per dimensi  $\times$  jumlah responden
- Panjang interval kelas didapatkan dengan cara menghitung  
= nilai maksimum – nilai minimum  $\div$  jumlah interval
- Persentase Skor didapatkan dengan cara menghitung  
= (total seluruh skor / nilai maksimum)  $\times$  100%

### 3.10.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan sebuah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan menguji data dengan menggunakan pengolahan data statistik untuk menjawab rumusan masalah yang sudah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2019).

#### A. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah prosedur yang digunakan untuk mengevaluasi distribusi variabel independen dan dependen dalam model regresi, untuk menentukan apakah keduanya mengikuti distribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2019). Untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian, salah satu metode yang dapat digunakan adalah rumus *Kolmogrov-Smirnov*, dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , memiliki arti bahwa data memiliki distribusi secara normal

2. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$ , memiliki arti bahwa data tidak memiliki distribusi secara normal

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat kesamaan atau perbedaan pada varians residual antara satu pengamat dengan yang lainnya dalam model regresi. Jika varians residual antar pengamat tetap atau seragam, maka dikatakan terjadi homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varians residual antar pengamat bervariasi atau tidak konsisten, maka hal tersebut menunjukkan adanya heteroskedastisitas (Sugiyono, 2019).

### 4. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) adalah metode yang digunakan untuk mengukur pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variasi variabel dependen, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap konstan. Pengujian ini merupakan langkah fundamental dalam proses pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dalam penelitian, dengan mempertimbangkan signifikansi dari masing-masing variabel independen (Sugiyono, 2019).

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , memiliki arti bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
2. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , memiliki arti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Uji T dapat dihitung dengan rumus:

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

T = Nilai distribusi t

R = Nilai koefisien korelasi parsial

$r^2$  = Nilai koefisien determinasi

N = Jumlah data

### 3. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Menurut (Sugiyono, 2019) kriteria pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, variabel independen secara simultan atau bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji F dapat dihitung dengan rumus:

$$f_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independent

n = Jumlah anggota sample

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

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah sebuah ukuran yang digunakan untuk menentukan sejauh mana variabel *independen* mampu menjelaskan variabel

*dependen* (Sugiyono, 2019). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) terdapat tiga kategori pengelompokkan, yaitu:

1. Kuat : Rsquare 0,75 atau lebih
  2. Moderat : Rsquare 0,50
  3. Lemah : Rsquare 0,25 atau kurang
4. Analisis Persamaan Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut (Sugiyono, 2019), adalah suatu teknik pengolahan data yang bertujuan untuk mengukur pengaruh dua atau lebih variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

Variabel *independen* dalam penelitian ini meliputi: *Attractiveness* (X1), *Trustworthiness* (X2), dan *Expertise* (X3). Sementara, variabel *dependen* adalah Minat Beli (Y).

Berikut adalah persamaan regresi untuk empat prediktor (variabel) yang digunakan menurut (Sugiyono, 2019).

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

a = Konstanta

b1,b2,b3 = Koefisien regresi variabel bebas

X1 = Variabel bebas faktor *Attractiveness*

X2 = Variabel bebas faktor *Trustworthiness*

X3 = Variabel bebas faktor *Expertise*