

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, telah ditentukan bahwa kepercayaan dan kemudahan penggunaan juga keputusan pembelian *online* sebagai objek penelitiannya. Sedangkan yang menjadi subjek penelitiannya adalah pengunjung yang terdaftar di *website* AMBLE.

3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif- verifikatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan keputusan pembelian *online*. Sedangkan untuk menganalisis hubungan antar variabel digunakan metode verifikatif, yaitu untuk menguji hipotesis hubungan kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian *online*.

Penelitian ini dilaksanakan secara *online* dengan menyebarkan kuisisioner melalui media Internet dan yang menjadi unit analisisnya adalah pengunjung *website* www.amblefootwear.com. Waktu penelitian ini dilakukan dengan metode cross sectional yaitu penelitian yang dilakukan pada satu waktu dan satu kali pengambilan sampel. Diperkirakan akan dilaksanakan pada bulan Juli 2017.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain Penelitian merupakan rencana untuk melakukan studi yang akan digunakan sebagai pedoman dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Desain

penelitian menjamin bahwa penelitian akan lebih relevan terhadap masalah yang diteliti. Penelitian ini sendiri menguji tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dimana masalah yang menjadi inti dalam penelitian ini memiliki ketergantungan antara yang satu dengan yang lainnya. Maka desain penelitian ini lebih cocok bersifat kausal.

Desain Kausal ini mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga diketahui mana yang menjadi variabel yang dipengaruhi, dan mana variabel yang terpengaruhi. Desain kausalitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian.

3.3 Definisi Variabel dan Operasional Variabel

Variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua), yakni variable bebas atau variable independen, dan variable terikat atau variable dependen.

Yang disebut variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbul dari variable dependen (terikat), sedangkan variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel, yakni: Kepercayaan (X1), dan Kemudahan Penggunaan (X2). Sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian *Online*.

3.3.1 Operasionalisasi Variabel

Untuk mengetahui pengaruh pengukuran variabel-variabel penelitian, dan sebagai persiapan pengolahan data, maka dibuat panduan operasional variabel, yang di dalamnya membuat variabel X yaitu kepercayaan dan kemudahan penggunaan, dan variabel Y yaitu keputusan pembelian *online* dapat dijadikan

sebagai acuan kuesioner beserta indikator-indikator yang terkait. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

| Variabel | Konsep | Indikator | Tingkat Ukuran | Skala | Pertanyaan Terbuka | No | Pertayaan Tertutup | Jawaban Pertanyaan Tertutup |
|-------------------------|--|---------------------|---------------------------------|----------|---|----|---|---|
| Kepercayaan (X1) | Deskripsi mekanisme dari kepercayaan <i>online</i> adalah adanya jaminan keamanan, | Jaminan Keamanan | Tingkat keamanan <i>website</i> | Interval | Apa alasan anda untuk bertransaksi melalui situs AMBLE? | 1 | Bagaimana tingkat keamanan di <i>website</i> AMBLE? | Beresiko <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Aman |

| | | | | | | | | |
|--|--|----------|------------------------------------|----------|---|---|---|---|
| | reputasi, pencarian <i>web</i> , pemenuhan (ketersediaan untuk penyesuaian), presentasi (kualitas <i>website</i>), teknologi dan interaksi (<i>e-forum</i>). (Yoon, 2002) | | Tingkat jaminan privasi pengunjung | | | 2 | Bagaimana jaminan privasi data di dalam <i>website</i> AMBLE? | Rendah <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Tinggi |
| | | Reputasi | Tingkat penilaian reputasi AMBLE | Interval | Bagaimana menurut anda reputasi dari AMBLE? | 3 | Bagaimana persepsi anda mengenai merek AMBLE? | Buruk <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup |

| | | | | | | | | |
|--|--|-----------|------------------------------|----------|----------------------------|---|---|--|
| | | | Tingkat kepercayaan konsumen | | | | | positif, 6: positif, 7: sangat positif > Baik Asing <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Bereputasi Meragukan <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Terpercaya |
| | | Pencarian | Tingkat kemudahan pencarian | Interval | Apa yang paling memudahkan | 4 | Bagaimana pencarian <i>website</i> AMBLE di internet? | Sulit <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: |

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|-----------------------------------|---|--|--|
| | | | <i>website</i> | | anda menemukan situs milik AMBLE? | | | netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Mudah Lambat <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Cepat |
| | | | Tingkat <i>awareness</i> alamat <i>website</i> | | | 5 | Bagaimana <i>awareness</i> anda terhadap alamat website AMBLE? | Rendah <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Tinggi |

| | | | | | | | | |
|--|--|-----------|--|----------|---|---|---|---|
| | | Pemenuhan | Tingkat penyesuaian <i>interface website</i> | Interval | Jelaskan pendapat anda mengenai tampilan situs AMBLE! | 6 | Bagaimana tampilan dari <i>website</i> milik AMBLE? | Fleksibel <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Kaku Membosankan <1: |
|--|--|-----------|--|----------|---|---|---|---|

| | | | | | | | | |
|--|--|--|---------------------------------------|--|--|--|--|---|
| | | | Tingkat variasi pengaturan preferensi | | | | | <p>sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Menarik Variatif <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Terbatas</p> |
|--|--|--|---------------------------------------|--|--|--|--|---|

| | | | | | | | | |
|--|--|------------|-------------------------------------|----------|--|---|---|---|
| | | Presentasi | Tingkat visualisasi halaman website | Interval | Apakah anda menyukai tampilan situs AMBLE? Berikan alasannya! | 7 | Bagaimana mengenai konten yang digunakan oleh <i>website</i> AMBLE? | <p>Buruk <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif ></p> <p>Berkualitas</p> <p>Pasif <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif ></p> <p>Atraktif</p> <p>Membosankan <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6:</p> |
| | | | Kualitas konten yang digunakan | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | positif, 7: sangat positif > Menarik Samar <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Komunikatif |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | | | |
|--|--|-------------------------|--|----------|--|---|--|---|
| | | Teknologi dan interaksi | Tingkat optimalisasi teknologi website | Interval | Apakah interaksi di dalam <i>website</i> kepada pengunjung sudah baik? Jelaskan! | 8 | Bagaimana mengenai teknologi yang digunakan oleh <i>website</i> AMBLE? | <p>Lama <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif ></p> <p>Terbaru</p> <p>Berbahaya <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif ></p> <p>Terpercaya</p> |
|--|--|-------------------------|--|----------|--|---|--|---|

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|---|---|---|
| | | | Tingkat pengasosiasian interaksi pada pengunjung | | | 9 | Bagaimana menurut anda konten interaksi yang tersedia pada <i>website</i> ? | <p>Buruk <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Baik</p> <p>Slow Respon <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Fast Respon</p> <p>Pasif <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif ></p> |
|--|--|--|--|--|--|---|---|---|

| | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|----------------------|--|----------|--|----|---|--|
| | | | | | | | | Komunikatif |
| Kemudahan Pengguna an (X2) | Kemudahan penggunaan berarti: situs terunduh dengan cepat, halaman pertamanya mudah untuk dimengerti, cukup | Situs terunduh cepat | Tingkat pengoptimalan waktu untuk menampilkan halaman baru | Interval | Apakah anda mengalami kesulitan saat membuka halaman baru? Jelaskan! | 10 | Pendapat anda setelah menggunakan <i>website</i> AMBLE? | Lambat <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Cepat |
| | | | Tingkat keberhasilan membuka halaman <i>website</i> | | | 11 | Bagaimana keberhasilan saat membuka halaman baru? | Rendah <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Tinggi |

| | | | | | | | | |
|--|--|-------------------------------|---|----------|--|----|---|---|
| | mudah untuk menavigasi halaman lain yang terunduh dengan cepat. (Kotler dan Keller, 2016) | Halaman awal mudah dimengerti | Tingkat optimalisasi informasi halaman awal | Interval | Bagaimana pendapat anda mengenai informasi yang ditampilkan pada halaman awal website? | 12 | Bagaimana tampilan beranda <i>website</i> AMBLE menurut anda? | Membingungkan <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Jelas Berantakan <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Terstruktur |
| | | | Tingkat kualitas informasi | | | 13 | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|---------------------|------------------------------------|----------|--|----|---|---|
| | | | | | | | | positif, 7: sangat positif > Jelas |
| | | Kemudahan navigasi | Tingkat kemudahan navigasi website | Interval | Apakah navigasi anda di dalam website berjalan lancar? Jelaskan! | 14 | Bagaimana navigasi di dalam <i>website</i> AMBLE? | Sulit <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Mudah Inkonsisten <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Konsisten |
| | | | Tingkat konsistensi navigasi | | | | | |
| | | Efisiensi pencarian | Tingkat efisiensi waktu pengunjung | Interval | Apakah waktu yang anda habiskan | 15 | Bagaimana waktu yang dihabiskan untuk mencari | Inefisien <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: |

| | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|-------|---|----------|---|----|--|--|
| Keputusan Pembelian Online (Y) | Keputusan pembeli dalam jaringan adalah proses pembelian yang dilakukan melalui proses alternative dengan menggunakan media internet yang memiliki nilai manfaat yang lebih tinggi. Dan juga dipengaruhi oleh beberapa factor, yaitu efisiensi untuk pencarian, value, dan | | | | selama berbelanja melalui <i>website</i> | | produk? | netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Efisien |
| | | | Tingkat kesulitan pengunjung | | termasuk efisien? Jelaskan! | 16 | Bagaimana pendapat anda setelah menggunakan <i>website</i> AMBLE? | Sulit <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Mudah |
| | | Value | Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk | Interval | Bagaimana pendapat anda mengenai kesesuaian produk yang ada di <i>website</i> dengan aslinya? | 17 | Bagaimana persepsi anda terhadap produk AMBLE yang ditampilkan di dalam <i>website</i> ? | Rendah <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Tinggi Tidak sesuai <1: |

| | | | | | | | | |
|--|--|-----------|--|----------|---|----|--|--|
| | interaksi. (Deavaj et al. dalam Suhari, 2008) | | | | | | | sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Sesuai |
| | | Interaksi | Tingkat kualitas informasi dalam <i>website</i> | Interval | Bagaimana menurut anda kualitas informasi yang diberikan? | 18 | Bagaimana informasi yang terdapat di website AMBLE? | Membingungkan <1: sangat negatif, 2: negatif, 3: cukup negatif, 4: netral, 5: cukup positif, 6: positif, 7: sangat positif > Jelas |
| | | | Tingkat kualitas informasi yang diberikan <i>customer service</i> | | | 19 | Bagaimana informasi yang diberikan <i>customer service</i> ? | |

3.4 Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan sebuah penelitian. Dari sebuah data yang diperoleh akan ditarik kesimpulan yang merupakan hasil dari interpretasi. Maka dari itu, kejelasan sebuah data yang diperoleh juga sangat penting sehingga penelitian tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Gambaran tentang hal tersebut akan dijelaskan pada sub bab ini. Berdasarkan hal tersebut diperlukan beberapa informasi mengenai jenis data, sumber data yang diperoleh dan bagaimana teknik yang dilakukan untuk mendapatkan data tersebut.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang biasa digunakan pada suatu penelitian, yakni:

1. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Dalam hal ini peneliti akan melakukan pemberian kuesioner secara *online* kepada pengunjung *website* *amblefottwear.com*. Selain itu, peneliti juga akan mencari informasi langsung kepada pihak AMBLE dengan melakukan wawancara.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Selain mencari informasi secara langsung, peneliti juga mencari informasi mengenai subjek penelitian melalui media Internet, serta literatur dan jurnal yang menjadi penunjang teori dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan data primer sebagai sumber data.

Tabel 3.2
Jenis dan sumber data

| No | Data Penelitian | Jenis Data | Sumber Data |
|----|---|------------|--|
| 1 | Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2005-2014 | Sekunder | APJII dan PUSKAKOM UI, 2015 |
| 2 | Top 50 UKM di dunia <i>online</i> | Sekunder | Majalah Marketeers |
| 3 | <i>Traffic</i> pengunjung <i>website</i> www.amblefootwear.com selama 3 tahun | Primer | Data perusahaan |
| 4 | Data <i>general website</i> AMBLE 2013-2016 | Primer | Data perusahaan |
| 5 | Data pengunjung, registrasi akun dan pembelian <i>online</i> melalui <i>website</i> www.amblefootwear.com periode 2013-2016 | Primer | Data perusahaan |
| 6 | Grafik Perbandingan Aktivitas di <i>Website</i> AMBLE periode 2013-2016 | Primer | Data perusahaan |
| 7 | Tren Penjualan Online AMBLE Melalui Website Periode 2013-2016 | Primer | Data perusahaan |
| 13 | Perbandingan <i>website</i> AMBLE dengan <i>website competitor</i> : Brodo | Sekunder | www.alexa.com |
| 14 | Survey pra-penelitian | Sekunder | Hasil kuesioner |

Sumber: Diolah kembali (2016)

Muhamad Gifari, 2017

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHAADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

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

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode mengumpulkan data dengan masalah yang ingin dipecahkan. Data yang dikumpulkan harus cukup valid untuk digunakan. Validasi data dapat ditingkatkan jika alat pengukur serta kualitas dari pengambil datanya sendiri cukup valid. (Nazir, 2011)

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai langkah untuk memperoleh data yang relevan, dan sebagai dasar penganalisisan dan pemecahan masalah. Teknik pengumpulan data yang biasa digunakan pada suatu penelitian adalah sebagai berikut :

1. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan yang berhubungan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini kuisisioner akan membahas mengenai kepercayaan, kemudahan penggunaan, keputusan pembelian secara online, yang akan dibagikan kepada pengunjung yang terdaftar di *website www.amblefootwear.com*. Diharapkan dalam penelitian ini akan menghasilkan data bahwa kepercayaan dan kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian *online*.
2. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara penanya dan narasumber ataupun responden. Wawancara ini dapat dilakukan melalui tatap muka langsung maupun via telepon. Peneliti akan melakukan wawancara kepada responden dan team internal AMBLE.
3. Studi Pustaka adalah buku-buku ilmiah, literatur, jurnal dan lain sebagainya yang tertulis dalam media cetak maupun elektronik sebagai informasi yang relevan dengan ilmiah sebagai literatur dan jurnal untuk memecahkan masalah dalam penelitian.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan Kuesioner sebagai teknik pengumpulan data.

Tabel 3.3
Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data

| Sub Research Question | Data | Analysis | Field Work | Budget |
|--|--|--|---|--|
| Bagaimana gambaran tentang Kepercayaan pada AMBLE | <ul style="list-style-type: none"> • Data primer berupa kuisisioner untuk konsumen berisi dimensi Kepercayaan • Data primer mengenai grafik penjualan di <i>website</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan kuisisioner berdasarkan opvar • Diberikan score sesuai nilai • Analisis sebab akibat dari setiap score | <ul style="list-style-type: none"> • Populasi: Member di dalam <i>website</i> milik AMBLE • Sample menggunakan rumus Slovin (Husein Umar), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir. • Teknik Sampling: <i>Purposive Sampling</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Uji Validitas dan Reliabilitas selama 10 hari • Menyebarkan kuisisioner untuk responden 7 hari • Menjawab rumusan masalah nomor 1 selama 3 hari • Menjawab rumusan masalah nomor 2 selama 3 hari • Menjawab rumusan masalah nomor 3 selama 3 hari • Menjawab masalah nomor 4 selama 4 hari • Melakukan koreksi dan mengolah data kembali apabila terjadi kesalahan |
| Bagaimana gambaran tentang Kemudahan Penggunaan <i>website</i> AMBLE | <ul style="list-style-type: none"> • Data primer berupa kuisisioner untuk konsumen berisi dimensi Kemudahan Penggunaan • Data primer mengenai kegiatan pengunjung <i>website</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan kuisisioner berdasarkan opvar • Diberikan score sesuai nilai • Analisis sebab akibat dari setiap score | | |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| <p>Bagaimana gambaran tentang Keputusan Pembelian <i>Online</i> produk AMBLE</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Data primer berupa kuisisioner untuk konsumen berisi dimensi Keputusan Pembelian • Data primer mengenai grafik penjualan di <i>website</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan kuisisioner berdasarkan opvar • Diberikan score sesuai nilai • Analisis sebab akibat dari setiap score | | |
| <p>Apakah ada pengaruh antara Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i></p> | <p>Hasil olah data dari rumusan masalah 1, 2 dan 3</p> | <p>Melakukan uji regresi menggunakan aplikasi SPSS</p> | | |

Sumber: Hasil pengolahan (2016)

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah di tentukan.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pengunjung yang terdaftar pada *website* AMBLE dengan alamat www.amblefootwear.com, dengan perolehan jumlah 59.216 pengunjung (sumber: data internal perusahaan, 2016), maka jumlah populasinya sebesar 59.216 orang.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat karakteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak.

Untuk mengukur sampel, maka akan digunakan rumus Slovin (Husein Umar), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir.

Dalam penarikan sampel ini akan digunakan taraf kesalahan sebesar 10%. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

e^2 : Presisi yang ditetapkan 0,01

N : Jumlah populasi

Adapun perhitungan dari rumus tersebut dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{59.216}{1+59.216 \cdot 0,01} = \frac{59.216}{592,17} = 99,99 \approx 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, ditentukan jumlah sampel (responden) dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dari jumlah pengunjung yang terdaftar pada *website* www.amblefootwear.com

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling adalah teknik penarikan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

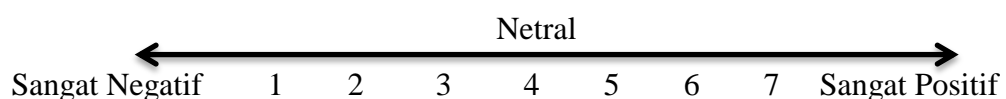
Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *Haphazard sampling*, atau disebut juga *accidental* atau *convenient sampling*. Pada teknik sampling ini, sampel dipilih oleh peneliti karena pertimbangan “kenyamanan peneliti” untuk mendapatkan data dari sampel tersebut.

3.6 Rancangan Analisis Data

Pada dasarnya dalam setiap penelitian diperlukan suatu rancangan atau prosedur mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan setelah semua data terkumpul. Mengingat penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji teori dan hubungan antar variabel melalui penyebaran kuisisioner, maka rancangan pengolahan dan penafsiran data kuesioner mutlak diperlukan agar

diperoleh hasil apakah terdapat pengaruh dari variabel X1 yaitu kepercayaan dan X2 yaitu kemudahan penggunaan terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian secara online. Adapun langkah-langkah dalam pengolahan data yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan kuesioner yang telah terkumpul kembali setelah dibagikan kepada responden. Dalam praktiknya mungkin terdapat kesalahan dalam pengisian kuesioner oleh responden maka langkah ini meliputi mengecek kelengkapan pengisian instrument secara menyeluruh.
2. *Coding*, yaitu pembobotan dalam setiap item instrument berdasarkan pada nilai positif dari yang tertinggi hingga yang terendah. Pemberian bobot dari setiap pertanyaan menggunakan skala interval dengan menggunakan semantic differential atau skala perbedaan semantik. Semantic differential menunjukkan skala yang paling bertentangan. Data yang diperoleh adalah data interval dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dimiliki oleh seseorang. Penggunaan semantic differential dikarenakan skala ini telah memenuhi syarat dari penggunaan analisis data regresi linier berganda, yakni data interval. Setiap item instrumen yang menggunakan skala semantic differential mempunyai gradasi dari sangat negatif hingga sangat positif yang berupa angka-angka yang diberi nilai beruntut dari 1-7 sebagai berikut:



Gambar 3.1 Skala Semantic Differential

Sumber: Bilson Simamora, 2004, hlm. 202

Adapun batas penelitiannya yaitu:

Tabel 3.4
Tabel Batasan Penelitian

| Skala | Keterangan |
|-------|----------------|
| 7 | Sangat Positif |
| 6 | |
| 5 | |
| 4 | |
| 3 | |
| 2 | |
| 1 | Sangat Negatif |

Tabulating, yaitu merekap data hasil skoring ke dalam bentuk tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item kuisisioner. Berikut tabel rekapitulasi yang dimaksud:

Tabel 3.5
Tabel Rekapitulasi Data

| Resp. | Skor Item | | | | | Total |
|--------------|-----------|---|---|-----|---|-------|
| | 1 | 2 | 3 | ... | N | |
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| ... | | | | | | |
| N | | | | | | |
| Total | | | | | | |

Tahap uji coba instrument, penulis menggunakan dua tahap pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas guna mengetahui kelayakan kuesioner yang disebarkan kepada responden.

Analisis deskriptif, digunakan untuk menggambarkan skor variabel X1, X2, dan Y serta kedudukannya guna menjawab tujuan penelitian yang bersifat deskriptif. Analisis ini dilakukan melalui tinjauan kontinum dan perbandingan rata-rata sampel.

Analisis verifikatif, digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang bersifat asosiatif serta menguji hipotesis melalui teknik analisis regresi berganda.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Tingkat validitas yang tinggi dalam suatu penelitian akan menghasilkan penjelasan masalah penelitian yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan $df = n - 2$, secara matematis berikut formula dari korelasi *product moment*:

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

(Sugiyono, 2013)

Dimana:

r_{xy} = Korelasi *Product Moment*

N = Jumlah populasi

$\sum x$ = Jumlah skor butir (X)

$\sum y$ = Jumlah skor variabel (Y)

$\sum x^2$ = Jumlah skor butir kuadrat (X)

$\sum y^2$ = Jumlah skor variabel kuadrat (Y)

$\sum xy$ = Jumlah perkalian butir (X) dan skor variabel (Y)

Pada penelitian ini, perhitungan nilai r_{xy} akan diperoleh dengan bantuan program komputer SPSS kemudian hasilnya dikonsultasikan dengan tabel nilai r menggunakan taraf kesalahan 10%. Instrument dinyatakan valid apabila:

Nilai $r_{xy} > r$ tabel, maka item pertanyaan valid

Nilai $r_{xy} < r$ tabel, maka item pertanyaan tidak valid

Terdapat 3 (tiga) variabel yang akan diteliti. Masing-masing variabel memiliki jumlah item pertanyaan yang berbeda. Jumlah keseluruhan item dalam penelitian ini yaitu 33 item. Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dengan derajat kebebasan (df) = n-2, 30-2 = 28 sehingga didapat r Tabel sebesar 0,306. Rumus dan langkah yang sama akan digunakan untuk pengujian validitas pada penelitian ini.

3.7.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kepercayaan)

Berikut terdapat hasil dari uji validitas variabel X1 yaitu Kepercayaan yang terdiri dari 20 item pertanyaan dengan nilai r Tabel 0,306.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kepercayaan)

| No | Butir Pertanyaan | rHitung | rTabel | Keterangan |
|----|------------------|---------|--------|------------|
| 1 | Pertanyaan 1 | 0,852 | 0,306 | Valid |
| 2 | Pertanyaan 2 | 0,792 | 0,306 | Valid |
| 3 | Pertanyaan 3 | 0,891 | 0,306 | Valid |
| 4 | Pertanyaan 4 | 0,780 | 0,306 | Valid |
| 5 | Pertanyaan 5 | 0,798 | 0,306 | Valid |
| 6 | Pertanyaan 6 | 0,800 | 0,306 | Valid |
| 7 | Pertanyaan 7 | 0,854 | 0,306 | Valid |
| 8 | Pertanyaan 8 | 0,812 | 0,306 | Valid |
| 9 | Pertanyaan 9 | 0,814 | 0,306 | Valid |
| 10 | Pertanyaan 10 | 0,816 | 0,306 | Valid |
| 11 | Pertanyaan 11 | 0,874 | 0,306 | Valid |
| 12 | Pertanyaan 12 | 0,872 | 0,306 | Valid |
| 13 | Pertanyaan 13 | 0,771 | 0,306 | Valid |
| 14 | Pertanyaan 14 | 0,847 | 0,306 | Valid |
| 15 | Pertanyaan 15 | 0,856 | 0,306 | Valid |
| 16 | Pertanyaan 16 | 0,834 | 0,306 | Valid |
| 17 | Pertanyaan 17 | 0,850 | 0,306 | Valid |
| 18 | Pertanyaan 18 | 0,903 | 0,306 | Valid |
| 19 | Pertanyaan 19 | 0,704 | 0,306 | Valid |
| 20 | Pertanyaan 20 | 0,854 | 0,306 | Valid |

Sumber: Hasil pengolahan data dengan IBM SPSS Statistics 23

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3.6, semua item pertanyaan pada variable X1 (kepercayaan) mendapatkan hasil valid. Seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{Hitung} \geq r_{Tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan oleh peneliti sebagai pengukur signifikansi dari variabel kepercayaan.

3.7.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan)

Berikut akan tersaji hasil dari uji validitas variabel X1 yaitu Kepercayaan yang terdiri dari 7 item pertanyaan dengan nilai rTabel 0,306.

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan)

| No | Butir Pertanyaan | rHitung | rTabel | Keterangan |
|----|------------------|---------|--------|------------|
| 1 | Pertanyaan 1 | 0,888 | 0,306 | Valid |
| 2 | Pertanyaan 2 | 0,783 | 0,306 | Valid |
| 3 | Pertanyaan 3 | 0,883 | 0,306 | Valid |
| 4 | Pertanyaan 4 | 0,847 | 0,306 | Valid |
| 5 | Pertanyaan 5 | 0,918 | 0,306 | Valid |
| 6 | Pertanyaan 6 | 0,866 | 0,306 | Valid |
| 7 | Pertanyaan 7 | 0,889 | 0,306 | Valid |

Sumber: Hasil pengolahan data 2017 dengan IBM SPSS Statistics 23

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3.7, semua item pertanyaan pada variable X2 (kemudahan penggunaan) mendapatkan hasil valid. Seluruh item pertanyaan memiliki nilai rHitung \geq rTabel. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan oleh peneliti sebagai pengukur signifikansi dari variabel kemudahan penggunaan.

3.7.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian *Online*)

Berikut akan tersaji hasil dari uji validitas variabel X1 yaitu Kepercayaan yang terdiri dari 6 item pertanyaan dengan nilai rTabel 0,306

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kemudahan Penggunaan)

| No | Butir Pertanyaan | rHitung | rTabel | Keterangan |
|----|------------------|---------|--------|------------|
| 1 | Pertanyaan 1 | 0,881 | 0,306 | Valid |
| 2 | Pertanyaan 2 | 0,932 | 0,306 | Valid |
| 3 | Pertanyaan 3 | 0,860 | 0,306 | Valid |
| 4 | Pertanyaan 4 | 0,873 | 0,306 | Valid |
| 5 | Pertanyaan 5 | 0,862 | 0,306 | Valid |
| 6 | Pertanyaan 6 | 0,895 | 0,306 | Valid |

Sumber: Hasil pengolahan data 2017 dengan IBM SPSS Statistics 23

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3.8, semua item pertanyaan pada variable Y (keputusan pembelian *online*) mendapatkan hasil valid. Seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{Hitung} \geq r_{Tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan oleh peneliti sebagai pengukur signifikansi dari variabel keputusan pembelian *online*.

3.7.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi data dari instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur konsep. Untuk melihat tingkat reliabilitas instrument dalam penelitian ini dilakukan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) pada program SPSS. Konstruk dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60

Kriteria tingkatan reliabilitas jika *alpha* atau r hitung:

0,8 – 1,0 = Reliabilitas baik

0,6 – 0,799 = Reliabilitas diterima

Kurang dari 0,6 = Reliabilitas kurang baik

Secara matematis formula *cronbach alpha* adalah sebagai berikut:

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

(Arikunto, 2010)

Dimana:

 r_{11} = Reliabilitas instrument k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir σ_t^2 = Varians total

Rumus variansnya adalah:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

(Arikunto, 2010)

Dimana:

 σ_t^2 = Harga varians total $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor total $(\sum x)^2$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total N = Jumlah responden

Adapun keputusan dalam uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan reliabelJika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan tidak reliabel

Perhitungan reliabilitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 23 for windows. Pengujian reliabilitas ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya sudah dijelaskan pada subbab sebelumnya. Berikut hasil dan uji reliabilitas yang tersaji pada Tabel 3.9 ini.

Tabel 3.9
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X1 (Kepercayaan), X2 (Kemudahan Penggunaan) dan Y (Keputusan Pembelian *Online*)

| No. | Variabel | rHitung | rTabel | Keterangan |
|-----|-----------------------------------|---------|--------|------------|
| 1 | Kepercayaan | 0,768 | 0,600 | Valid |
| 2 | Kemudahan Penggunaan | 0,803 | 0,600 | Valid |
| 3 | Keputusan Pembelian <i>Online</i> | 0,813 | 0,600 | Valid |

3.8 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.8.1 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian perlu digunakan analisis data yang tepat agar sesuai dengan metode penelitian yang digunakan dan bisa mencapai tujuan dari penelitian tersebut. Maka dari itu, pada bagian ini akan dijelaskan mengenai analisis data yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan metode penelitiannya ini yakni analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

3.8.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Statistik deskriptif merupakan ilmu statistik yang mempelajari bagaimana cara menyusun dan menyajikan data yang telah dikumpulkan dalam penelitian serta mempelajari bagaimana cara melakukan pengukuran nilai-nilai statistik.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan tinjauan kontinum untuk menggambarkan skor serta kedudukan variabel X dan variabel Y. Adapun langkah-langkah dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

Menentukan jumlah Skor Kriterion (SK) dengan menggunakan formula:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Dimana:

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

Membandingkan jumlah skor hasil angket dengan jumlah skor kriterium. Jumlah skor hasil angket dapat diperoleh dengan formula:

$$\sum X_i = X_1 + X_2 + X_3 + X_n$$

Dimana:

X_i = Jumlah skor hasil kuisisioner variabel X/Y

$X_1 - X_n$ = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

Membuat daerah kontinum guna melihat gambaran tentang variabel secara keseluruhan yang diharapkan responden. Daerah kontinum dibagi ke dalam tiga tingkatan sebagai berikut:

Tinggi = ST × JB × JR

Sedang = SS × JB × JR

Rendah = SR × JB × JR

Dimana:

ST = Skor Tertinggi

SS = Skor Sedang

SR = Skor Rendah

JB = Jumlah Bulir

JR = Jumlah Responden

Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan, maka digunakan formula:

$$R = \frac{\text{Skor kontinum tinggi} - \text{Skor kontinum rendah}}{3}$$

Menentukan daerah kontinum tinggi, sedang dan rendah dengan menambah selisih (R) secara bertahap dari kontinum tinggi sampai dengan kontinum rendah.

Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk setiap variabel, seperti gambar berikut:



Gambar 3.2
Garis Kontinum Variabel X dan Y

Sumber: Sugiyono, 2014, hlm. 147

3.8.1.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kedua variabel dan menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti terdiri dari 3 variabel yaitu X1, X2 dan Y.

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda agar data yang dihasilkan dapat bermanfaat. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Uji Normalitas Data

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal, maka digunakan uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P Plot, uji Chi Square, skewnes dan Kurtosis atau uji Kolmogorov Smirnov.

Untuk mendeteksi normalitas data kali ini penulis mencoba menggunakan uji histogram serta uji normal P Plot.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Uji multikolinearitas dapat diketahui jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70, maka model dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Jika nilai korelasi lebih dari 0,70, berarti terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas.

Pada penelitian ini penulis melihat nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF) menggunakan program komputer SPSS 22 for Windows, Jika nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berguna untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Jika terjadi korelasi, maka hal tersebut dinamakan adanya permasalahan autokorelasi. Untuk melihat ada atau tidaknya autokorelasi maka menggunakan uji Durbin-Watson, berikut syarat terjadinya autokorelasi:

- a. Jika DW dibawah -2 berarti adanya autokorelasi positif
- b. Jika DW berada di antara -2 hingga +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika DW berada di atas +2 berarti ada autokorelasi

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamat yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Konsekuensi dari adanya gejala heteroskedastis adalah penaksiran yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel besar maupun kecil walaupun penaksiran yang diperoleh menggambarkan populasi atau tidak.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID

(nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Sunjoyo, dkk, 2013)

b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah sekumpulan teknik untuk mengukur hubungan (kekuatan hubungan) antara dua variabel atau lebih. Uji korelasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dan kapasitas antara kepercayaan, kemudahan penggunaan dan keputusan pembelian secara *online*, maka digunakan analisis korelasi *product moment*.

Prosedur matematik digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antar variabel tersebut dalam bentuk angka atau indeks koefisien korelasi yang bergerak antara -1 sampai +1. Sebuah nilai yang mendekati +1 menunjukkan sebuah arah atau hubungan positif antar variabel, sebaliknya jika nilai mendekati -1 menunjukkan hubungan kebalikan atau negatif antar variabel. Apabila dijabarkan lebih lanjut, maka didapat tabel interpretasi koefisien korelasi *Giolford* seperti berikut:

Tabel 3.10
Interpretasi Koefisien Korelasi

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,80 – 1,00 | Sangat Kuat |
| 0,60 – 0,79 | Kuat |
| 0,40 – 0,59 | Cukup Kuat |
| 0,20 – 0,39 | Rendah |
| 0,00 – 0,19 | Sangat Rendah |

Sumber: Sunjoyo, dkk (2013)

Adapun rumus matematis untuk menghitung koefisien korelasi adalah:

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

(Sugiyono, 2013)

Dimana:

r_{xy} = koefisien korelasi

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

N = jumlah populasi

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas (X) atau lebih terhadap naik turunnya variabel terikat (Y). Maka untuk mengetahui besarnya presentase pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian secara *online* dilakukan analisis menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Kd = nilai koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi ini memiliki asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$, nilai r^2 yang rendah menunjukkan kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent yang terbatas. Semakin besar atau mendekati 1 maka mengindikasikan variabel independent semakin mampu menjelaskan variabel dependennya.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah teknik yang digunakan untuk mengembangkan persamaan regresi dan memberikan perkiraan. Pada umumnya uji regresi bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independent (bebas). Penelitian ini

menggunakan jenis uji regresi berganda karena memiliki lebih dari satu variabel independen (kepercayaan dan kemudahan penggunaan) yang mempengaruhi variable dependennya (keputusan pembelian secara *online*). Persamaan regresi berganda 3 sub variabel adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(Sugiyono, 2013)

Dimana:

Y = variabel dependent (Keputusan pembelian secara *online*)

X₁ = variabel independent (Kepercayaan)

X₂ = variabel independent (Kemudahan penggunaan)

a = harga Y apabila X = 0 (harga konstan)

b₁b₂ = koefisien regresi

Uji regresi ini dapat dilakukan jika telah memenuhi asumsi-asumsi yang berlaku dalam regresi berganda, antara lain:

1. Terdapat hubungan linier (terdapat hubungan garis lurus antara variabel terikat dan sekelompok variabel bebas)
2. Variabel-variabel independennya tidak boleh berkorelasi. Pada umumnya jumlah variabel independen berkisar antara dua sampai empat variabel. Walaupun secara teoritis dapat digunakan banyak variabel bebas, namun penggunaan lebih dari tujuh variabel bebas dianggap tidak efektif.
3. Memenuhi asumsi klasik. Pengujian regresi ini menggunakan program SPSS yang dimaksudkan guna menguji apakah model yang dibuat mempunyai kesesuaian yang baik atau memiliki hubungan kausalitas yang dihipotesiskan.

3.8.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan guna mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independent (X) dan variabel dependent (Y). Pengujian dilakukan pada hipotesis nol (H_0), yaitu pernyataan tidak adanya perbedaan parameter dengan statistik data sampel. Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif (H_a), yaitu menyatakan adanya perbedaan antara parameter dan statistik data sampel. Maka hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online*.

H_{a1} : Terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online*.

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian *online*.

H_{a2} : Terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian *online*.

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *online*.

H_{a3} : Terdapat pengaruh antara kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *online*.

3.8.2.1 Uji Parsial

Uji T-statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial atau terpisah. Adapun formula dalam pengujian parsial ini adalah:

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

(Sugiyono, 2013)

Dimana:

Muhamad Gifari, 2017

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHAADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

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

r = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel

Secara teknis alat pengujian parsial dalam penelitian ini menggunakan program SPSS dalam melakukan koefisien regresi secara parsial dari kepercayaan (X1) dan kemudahan penggunaan (X2) terhadap keputusan pembelian secara *online* (Y). Tingkat signifikansi ditentukan sebesar 10% dengan rumus derajat kebebasan:

$$dk = (n - k - 1)$$

Dimana:

n = banyaknya sampel

k = jumlah variabel

Selanjutnya nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} , maka asumsi pengambilan keputusan yang digunakan sesuai hipotesis yang dibuat.

3.8.2.2 Uji Simultan (Uji F-Statistik)

Uji F-statistik adalah pengujian pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Hasil pengujian dapat dilihat dari nilai signifikansi F hitung, bila nilainya lebih tinggi dari tingkat keyakinan maka seluruh variabel independent tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependentnya. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih rendah dari tingkat keyakinan maka seluruh variabel independentnya secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependentnya.

Pengujian simultan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer SPSS guna menguji besarnya pengaruh dari kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Tingkat signifikansi yang digunakan untuk menentukan nilai F tabel adalah sebesar 10%.

Muhamad Gifari, 2017

*PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHAADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE*

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