

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menguji bagaimana pengaruh *web quality* dan *trust* terhadap keputusan pembelian *online shop* bukalapak. Penelitian ini akan meneliti 3 variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan juga variabel terkait (*dependen variable*).

Variabel bebas “X” yang akan diteliti yaitu X^1 dan X^2 oleh peneliti yaitu *web quality* dan *trust*. *Web quality* terdiri dari tiga dimensi yaitu:

1. Kualitas informasi
2. Kualitas interaksi
3. Kualitas *usability*

Dan *Trust* terdiri dari tiga dimensi yaitu:

1. *Ability*
2. *Integrity*
3. *Benevolence*

Sedangkan variabel terkait “Y” pada penelitian ini adalah keputusan pembelian yang terdiri dari 6 dimensi yaitu

1. Pilihan produk
2. Pilihan merk
3. Pilihan penyaluran
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian
6. Metode pembayaran

Berdasarkan responden yang akan diambil dalam penelitian ini adalah konsumen *online shop* bukalapak mahasiswa UPI Bumi Siliwangi dan periode penelitian ini adalah kurang dari satu tahun. Berdasarkan objek penelitian yang dijelaskan diatas, maka akan dianalisis mengenai gambaran *web quality* dan *trust* menurut konsumen *online shop* bukalapak , gambaran keputusan pembelian online shop bukalapak menurut konsumen online shop bukalapak mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017 dan pengaruh *web quality* dan *trust* terhadap keputusan pembelian online shop bukalapak menurut konsumen online shop mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017.

3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran dengan menggunakan konsep *web quality*, *trust* dan seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:03) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal yang lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Sifat penelitian deskriptif yaitu digunakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa kini yang bertujuan untuk membuat deskripsi karakteristik dari pengguna suatu produk, dengan cara membuat profil para pengguna produk dengan mengelompokannya berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan lainnya.

Dalam hal ini penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang akurat dari beberapa aspek lingkungan pasar mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki yaitu *web quality* yang terdiri dari tiga dimensi yaitu :

1. Kualitas informasi
2. Kualitas interaksi
3. Kualitas *usability*

Trust terdiri dari 3 dimensi yaitu :

1. *Ability*
2. *Integrity*
3. *Benevolence*

Keputusan Pembelian yang terdiri dari 6 dimensi yaitu :

1. Pilihan produk
2. Pilihan merk
3. Pilihan penyaluran
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian
6. Metode pembayaran

Arikunto (2010:15) menyatakan bahwa jenis penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengecek kebenaran penelitian lain. Penelitian verifikatif juga bertujuan untuk menguji hipotesis yang dilaksanakan pada pengumpulan data lapangan. Penelitian ini menguji

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

hubungan antara *web quality* (X1), *trust* (X2) dengan keputusan pembelian (Y).

Berkaitan dengan jenis penelitian yang akan diteliti merupakan penelitian deskriptif dan verifikatif, yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi secara langsung dilapangan. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2014:6), yang menyebutkan bahwa metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, wawancara dan sebagainya.

Menurut Aaker et al (2011:224) ada tiga keuntungan dari penelitian survey. Pertama, dari segi biaya. Kedua, hasil yang lebih baik. Ketiga, periode pengumpulan data yang lebih pendek dan dapat lebih diandalkan. Waktu penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*, karena penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Arikunto (2010:90) adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan di laksanakan. Desain penelitian merupakan perencanaan mengenai penelitian yang akan dijalankan yang merupakan pedoman dari saat memulai penelitian sampai dengan menyimpulkan penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara tiga variabel yaitu *web quality*(X1) ,*trust* (X2) sebagai variabel bebas atau *independent variable* dan keputusan pembelian yang merupakan variabel terkait atau *dependent variable* maka desain penelitian ini lebih cocok bersifat kausal

3.3 Operasionalisasi Variabel

Untuk persiapan pengolahan data, maka dibuat panduan operasional variabel, yang didalamnya membuat variabel *web quality*, *trust* dan keputusan pembelian yang dapat dijadikan sebagai acuan kuesioner beserta indikator indikator yang terkait, yang dibuat dalam bentuk tabel 3.1

Tabel 3. 1 Table Operasional Variable

Variable/Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No item
<p>Web quality (X1) Adalah pengukuran web quality berdasarkan persepsi pengguna akhir. <i>Website</i> quality dapat dilihat sebagai atribut dari sebuah <i>website</i> yang berkontribusi terhadap kegunaannya kepada konsumen . Gregg dan Walczak, (2010)</p>	Kualitas informasi	<ul style="list-style-type: none"> Informasi yang tercantum di <i>website</i> memberikan informasi yang akurat. 	Ordinal	1
		<ul style="list-style-type: none"> Informasi produk yang tercantum di <i>website up to date</i> (tepat waktu) 	Ordinal	2
		<ul style="list-style-type: none"> Informasi produk yang tercantum di <i>website</i> sangat relevan. 	Ordinal	3
	Kualitas interaksi	<ul style="list-style-type: none"> Keamanan mengakses <i>website</i> terjamin 	Ordinal	4
		<ul style="list-style-type: none"> Jaminan asuransi yang diberikan di <i>website</i> terjamin 	Ordinal	5
		<ul style="list-style-type: none"> Panduan pelayanan 	Ordinal	6
	Kualitas <i>usability</i>	<ul style="list-style-type: none"> Penggunaan <i>website</i> mudah di mengerti dan di pahami 	Ordinal	7

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

		<ul style="list-style-type: none"> • Desain visual yang di tampilkan <i>website</i> nyaman dilihat 	Ordinal	8
		<ul style="list-style-type: none"> • Fitur fitur <i>website</i> menarik 	Ordinal	9
<p>Trust (X2) Kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Trust bergantung kepada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi. Seperti kompetensi perusahaan Kotler dan Keller (2016:225)</p>	Kemampuan (<i>ability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan bisa memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya 	Ordinal	10
		<ul style="list-style-type: none"> • Keahlian untuk melakukan transaksi sesuai harapan 	Ordinal	11
		<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan sesuai keterampilan 	Ordinal	12
	Integritas (<i>integrity</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kejujuran dalam transaksi di <i>website</i> terpercaya 	Ordinal	13
		<ul style="list-style-type: none"> • Pengiriman produk di <i>website</i> sesuai prosedur 	Ordinal	14
		<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan pengiriman barang di <i>website</i> terjamin 	Ordinal	15

		<ul style="list-style-type: none"> Bertanggung jawab bila melakukan kesalahan 	Ordinal	16
	Perbuatan Baik (<i>benevolence</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Layanan tanggap mendengarkan keluhan dan saran konsumen 	Ordinal	17
		<ul style="list-style-type: none"> Layanan sangat cepat dan praktis 	Ordinal	18
<p>Keputusan pembelian (Y) Keputusan pembelian didefinisikan sebagai suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Indikator yang digunakan adalah jumlah pembelian dan frekuensi pembelian. Schiffman dan Kanuk (2000: 437)</p>	Pilihan produk	<ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan pemilihan produk berkualitas Pencarian produk sesuai kebutuhan 	Ordinal	19,20
	Pilihan merek	<ul style="list-style-type: none"> Pengenalan merk Keberagaman 	Ordinal	21

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

		merk	Ordinal	22
	Pilihan penyalur	<ul style="list-style-type: none"> Kepercayaan harga Kelengkapan produk 	Ordinal	23,24
	Waktu pembelian	<ul style="list-style-type: none"> Pembelian waktu yang efisien dan gampang Promo pembelian 	Ordinal	25
			Ordinal	26
	Jumlah pembelian	<ul style="list-style-type: none"> Penyediaan barang stock/pergantian barang yang sejenis bila kosong Ketersediaan stock 	Ordinal	27,28
	Metode Pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> System pembayaran Keamanan pembayaran 	Ordinal	29,30

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:172), sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data bisa diperoleh dari sumber internal perusahaan maupun dari eksternal perusahaan. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu sumber data primer dan sekunder.

Sumber data primer menurut Malhotra (2010:73) adalah data yang berasal langsung dari peneliti dengan tujuan khusus untuk digunakan permasalahan dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari wawancara dan pengisian kuesioner yang ditujukan kepada konsumen online shop bukalapak.

Sumber data sekunder menurut Aaker et al. (2011:93) adalah data yang telah dikumpulkan untuk berbagai tujuan selain permasalahan yang sedang dihadapi. Data sekunder telah ada sebelum melakukan penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, buku dan website internet untuk kepentingan penelitian. Jenis dan sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3. 2 Table Jenis Dan Sumber Data

No	Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
1	Tabel persaingan <i>marketplace</i>	Sekunder	Sumber:iprice.co.id
2	Pemilihan <i>web marketplace</i>	Primer	Hasil pra penelitian penulis
3	Tabel <i>Market Share marketplace</i> Di Indonesia 2013-2016	Sekunder	Sumber :W & S Group

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara sistematis dan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan mengenai fenomena

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari setiap hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal yang dipelajari untuk penelitian ini bisa didapatkan dari buku, ataupun internet yang dapat membantu memberi informasi dalam pemahaman, konsep maupun teori yang berkaitan dengan *web quality, trust* dan keputusan pembelian

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan narasumber dengan mengajukan pertanyaan seputar *web quality, trust* dan keputusan pembelian. Narasumber dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada setiap responden yang merupakan mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017 yang pernah berbelanja online di bukalapak mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai *web quality* dan *trust* terhadap keputusan pembelian.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi dan Sampel

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 (Sugiyono, 2014:80). Dalam penelitian ini populasi sasarannya adalah mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017. Populasi dalam penelitian ini adalah 357 mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017

Menurut Arikunto (2010:174) 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 penarikan jumlah sampel penelitian, dihitung dengan rumus *slovin* yang berasal dari buku metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian (Simamora, 2004 : 37) :

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

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
 e^2 : Presisi yang ditetapkan 0,01
 N : Jumlah populasi

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{357}{1 + 357 \cdot 0,01} = \frac{357}{3,58} = 99,72 \approx 100 \text{ orang.}$$

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dari (357) mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017.

3.5.2 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*. Teknik *non probability sampling* menurut Sugiyono (2014:66) yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena seperti diungkapkan dalam Sugiyono (2014:68) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampel yang dijadikan responden dengan sengaja dipilih sesuai karakteristik yang telah ditentukan dengan mencerminkan populasinya.

Alasan mengambil *purposive sampling* karena kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dimana kriteria untuk sampel pada penelitian ini diantara lain adalah:

1. Responden yang pernah membeli di bukalapak secara online
2. Kosnumen online shop bukalapak mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Untuk bisa mendapatkan data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian, maka diperlukan instrumen yang tepat agar data yang terkumpul sesuai dengan yang diharapkan. Dalam pengumpulan data sebuah penelitian, sering terjadi instrumen bertindak sebagai alat evaluasi.

Instrumen penelitian yang telah disusun kemudian diuji cobakan kepada responden yang berada diluar sampel penelitian untuk mendapatkan gambaran validitas dan reliabilitas instrumen.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh *Pearson* sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam jumlah Y

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas adalah menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Distribusi (tabel t) untuk $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) maka $3-30-2 = 28$ maka di dapat nilai r_{tabel} adalah 0.374 dilihat kriterianya penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Interpretasi Nilai r

Besarnya nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Sedang
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Tidak berkolerasi

Sumber: Arikunto (2010:319)

Pengujian validitas instrumen. Uji validitas instrumen penelitian untuk variabel *web quality*, *trust* and keputusan pembelian dapat dilihat pada Tabel 3.4

Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel (X1) (Web quality)

No.	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
-----	------------------	--------------	-------------	------------

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

1	Saya merasa informasi yang tercantum di <i>website</i> bukalapak memberikan informasi yang akurat.	0,607	0.374	Valid
2	Saya merasa informasi produk yang tercantum di <i>website</i> bukalapak <i>up to date</i> (tepat waktu)	0,672	0.374	Valid
3	Saya merasa informasi produk yang tercantum di <i>website</i> bukalapak sangat relevan.	0,784	0.374	Valid
4	Saya percaya keamanan dalam mengakses <i>website</i> bukalapak terjamin	0,546	0.374	Valid
5	Saya percaya jaminan asuransi yang diberikan di <i>website</i> bukalapak terjamin	0,852	0.374	Valid
6	Saya merasa bukalapak menyediakan panduan transaksi dan penggunaan <i>website</i>	0,572	0.374	Valid
7	Saya merasa penggunaan <i>website</i> bukalapak mudah di mengerti dan di pahami	0,692	0.374	Valid
8	Saya merasa desain visual yang <i>website</i> bukalapak terapkan nyaman dilihat	0,678	0.374	Valid
9	Saya merasa fitur-fitur di <i>website</i> bukalapak sangat menarik	0,688	0.374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2018 dengan SPSS 24.0 for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian *web quality* (X1) pada tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari pertanyaan no. 1 sampai dengan no. 9 dinyatakan valid karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$

Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel (X2) (Trust)

No.	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saya percaya kemampuan	0,771	0.374	Valid

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

	bukalapak bisa memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya			
2.	Saya percaya keahlian bukalapak untuk melakukan transaksi sesuai harapan	0,875	0.374	Valid
3.	Saya merasa bukalapak mempunyai keterampilan dalam pelayanan kepada konsumennya	0,695	0.374	Valid
4.	Saya percaya kejujuran dalam transaksi di <i>website</i> bukalapak terpercaya	0,848	0.374	Valid
5.	Saya percaya bukalapak akan mengirimkan produk sesuai dengan ketentuan pengiriman yang dijelaskan di dalam <i>website</i> .	0,735	0.374	Valid
6.	Saya percaya bukalapak akan mengirimkan produk yang sesuai dengan deskripsi yang tertulis di dalam <i>website</i> .	0,801	0.374	Valid
7.	Saya percaya bukalapak akan bertanggung jawab atas kesalahannya ketika terjadi masalah dalam transaksi	0,762	0.374	Valid
8.	Saya merasa layanan <i>website</i> bukalapak tanggap mendengarkan keluhan dan saran konsumen	0,736	0.374	Valid
9.	Saya merasa layanan <i>website</i> bukalapak sangat cepat dan praktis	0,740	0.374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2018 dengan SPSS 24.0 for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian *trust* (X2) pada tabel 3.5 dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari pertanyaan no. 1 sampai dengan no. 9 dinyatakan valid karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

**Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y
(Keputusan Pembelian)**

No.	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saya merasa bukalapak memberikan ketersediaan pilihan produk yang berkualitas	0,509	0.374	Valid
2.	Saya merasa bukalapak memberikan pilihan produk yang dibutuhkan	0,742	0.374	Valid
3.	Saya merasa bukalapak mengenalkan merek yang dijualnya	0,584	0.374	Valid
4.	Saya merasa bukalapak mengenalkan beragam merek kepada pelangganya	0,494	0.374	Valid
5.	Saya merasa harga yang diberikan bukalapak lebih murah di banding <i>marketplace</i> yang lain	0,492	0.374	Valid
6.	Saya merasa bukalapak mempunyai kelengkapan produk yang di sediakan	0,748	0.374	Valid
7.	Saya merasa belanja di bukalapak gampang,cepat dan efisien	0,840	0.374	Valid
8.	Saya merasa bukalapak selalu menentukan promo kapan di keluarkan	0,670	0.374	Valid
9.	Saya merasa bukalapak menyediakan jumlah barang yang di jual	0,645	0.374	Valid
10.	Saya merasa bukalapak menyediakan stock barang yang dibutuhkan pelanggan	0,560	0.374	Valid
11.	Saya merasa bukalapak	0,644	0.374	Valid

Mirdan Ari Mulyana, 2018

**PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK**

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

	menyediakan berbagai cara pembayaran			
12.	Saya merasa bukalapak memberikan keamanan saat proses pembayaran	0,407	0.374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2018 dengan SPSS 24.0 for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Y (Keputusan pembelian) pada tabel 3.6 dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari pertanyaan no. 1 sampai dengan no. 12 dinyatakan valid karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$

3.6.2 Uji Reliabilitas

Suharsimi Arikunto (2010:221) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai apabila koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,700.

Untuk menguji tingkat reliabilitas, dalam penelitian ini digunakan rumus *Cronbach Alpha's*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:239)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ^2 = Varians total

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varian butir

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Memberikan nomor pada angket yang masuk
 - b. Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert
 - c. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
 - d. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
 - e. Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum \sigma_b^2$, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total (σ^2) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:239)

Keterangan:

σ^2 = Varians

$\sum X^2$ = Jumlah skor

$(\sum X)^2$ = Jumlah item X yang dikuadratkan

N = Jumlah responden

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
 2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Secara teknis pengujian instrument dengan rumus-rumus diatas menggunakan fasilitas *software SPSS 24.0 for window*, dengan hasil yang tercantum pada tabel 3.7:

Tabel 3. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas *web quality*, *trust* dan keputusan pembelian

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Web quality</i>	0,844	0,700	Reliabel
2	<i>Trust</i>	0,915	0,700	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0,847	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2018 dengan SPSS 24.0 for Window

Berdasarkan jumlah kuesioner yang disebar kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2 = 28$) maka jika dikonsultasikan dengan nilai r_{tabel} yaitu sebesar 0,700. Dari hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu *webquality*, *trust* dan keputusan pembelian dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan r_{hitung} variabel *web quality*, *trust* dan r_{hitung} variabel keputusan pembelian lebih besar dari pada r_{tabel} .

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas dapat diidentifikasi bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Dengan demikian penelitian ini dapat dilanjutkan tanpa adanya suatu kendala karena terjadinya kegagalan penelitian yang disebabkan oleh instrument penelitiannya yang belum teruji tingkat validitas dan reliabilitasnya

3.7 Rancangan Analisis Data

Data yang telah terkumpul dari responden kemudian harus dilakukan pengolahan dan penafsiran data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat pengaruh antara variabel (X1) *web quality* dan Variabel (X2) *trust* terhadap variabel Y keputusan pembelian. Menurut Arikunto (2010:278)

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

secara garis besar, analisis data meliputi tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden seperti mengecek kelengkapan data artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembar instrumen barangkali ada yang terlepas atau sobek).
2. *Coding*, yaitu pemberian skor atau kode untuk setiap pilihan dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam angket menggunakan skala likert kategori lima. Skor atau bobot untuk jawaban positif diberi skor 5-4-3-2-1, sedangkan untuk jawaban negatif diberi skor 1-2-3-4-5

Tabel 3. 8 Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Pilihan Jawaban	Bobot Pernyataan
Sangat setuju / sangat sesuai / sangat baik / sangat tinggi / sangat menarik	5
Setuju / sesuai / baik / tinggi / menarik	4
Ragu-ragu / cukup sesuai / cukup baik / cukup tinggi / cukup menarik	3
Tidak setuju / tidak sesuai / buruk / rendah / tidak menarik	2
Sangat tidak setuju / sangat tidak sesuai / sangat buruk / sangat rendah / sangat tidak menarik	1

3. *Tabulating*, maksudnya menghitung hasil skoring dan dituangkan dalam tabel rekapitulasi secara lengkap.

Tabel 3. 9 Rekapitulasi Pengolahan Data

Responden	Skor Item			
	1	2	3	N
1				
2				
3				

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain :

1. Analisis deskriptif mengenai *web quality* dan *trust* kepada mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017.
2. Analisis deskriptif mengenai Keputusan pembelian mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017.

Melakukan rancangan analisis deskriptif, yaitu mengolah data dari kuesioner dengan langkah-langkah sebagai berikut :

3. Menentukan jumlah skor kriterium (SK)

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

Keterangan :

SK = Skor kriterium

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah bulir

JR = Jumlah responden

4. Membandingkan jumlah skor hasil angket dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil skor digunakan rumus :

$$\sum x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Keterangan :

x_i = Jumlah skor

$x_1 + x_2$ = Jumlah skor angket masing masing responden

5. Membuat daerah kategori kontinum, untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan dari responden maka peneliti membagi daerah kategori menjadi lima tingkatan yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum tinggi dihitung dengan rumus :

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

Kontinum rendah dihitung dengan rumus :

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

JB = Jumlah buir

JR = Jumlah responden

- b. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{5}$$

- c. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk variabel (X1) *web quality*, variable (X2) *trust* dan Variable Y keputusan pembelian

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi

Gambar 3. 1 Garis Kontinum Variabel X Dan Y

3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui pengaruh antara *web quality* dan *trust* terhadap keputusan pembelian. Karena penelitian ini meneliti 3 variabel maka teknik analisa yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi linier berganda.

Langkah analisis verifikatif dengan cara mengubah data ordinal menjadi interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Mengingat data variabel yang digunakan dalam penelitian seluruhnya adalah skala ordinal, sementara pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval. Dengan demikian semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI).

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

3.7.2.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

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 ini dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-Plot, uji Chi Square, Skewnes dan Kurtonis atau uji *Kolmogorov Smirnov*.

Analisis regresi merupakan bagian dari analisis data statistik parametris. Menurut Sugiyono (2014), asumsi utama dalam melakukan analisis statistika parametris adalah data yang dianalisis harus berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang dianalisis dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variable-variable bebas dalam suatu model regresi linier berganda, jika ada korelasi yang tinggi di antara variable-variable bebasnya, maka hubungan antara variable bebas terhadap variable terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dapat di ketahui jika nilai koefisien korelasi antar masing masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model dapat di nyatakan bebas dari multikolinearitas. Jika nilai korelasi lebih dari 0,70 berarti terjadi korelasi yang sangat kuat antar variable independen sehingga terjadi multikolinearitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 , maka terjadi multikolinieritas.

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 Dubin-Watson, berikut syarat terjadinya auto korelasi:

- a. Jika d lebih kecil dari dl atau lebih besar dari $(4-dl)$ maka hipotesis nol di tolak, berarti terdapat autokorelasi.
- b. Jika d terletak antara du dan $(4-dl)$, maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak terdapat autokorelasi.

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

c. Jika d terletak diantara d_l dan d_u atau d_i antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$ maka tidak memberikan kesimpulan yang pasti.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Konsekuensi dari adanya gejala heteroskedastisitas adalah penaksiran yang di peroleh tidak efisien, baik dalam sampel besar maupun kecil walaupun penaksiran yang di peroleh menggambarkan populasi atau tidak.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residunya). Model yang baik di dapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaiknya melebar kemudian menyempit.

3.7.2.2 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel X_1 , X_2 dan variabel Y dalam penelitian ini, dibuktikan dengan menggunakan analisis Korelasi (*Pearson*). Analisis korelasi merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar variabel. Arah dinyatakan dalam positif atau negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Koefisien korelasi dapat dinyatakan $-1 \leq R \leq 1$ jika:

1. $R = 1$ Maka pengaruh X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1 pengaruh sangat kuat dan positif)
2. $R = -1$ Maka pengaruh X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1 pengaruh sangat kuat dan negatif)
3. $R = 0$ Maka pengaruh X dan Y lemah sekali atau bahkan tidak ada pengaruh sama sekali

Selanjutnya untuk mencari koefisien korelasi antara X_1 terhadap Y dan X_2 terhadap Y adalah sebagai berikut :

1. Menghitung koefisien korelasi antara *Web quality* (X_1) terhadap (Y) keputusan pembelian.

$$r_{X_1Y} = \frac{\sum X_1Y}{\sqrt{\sum X_1^2 \cdot \sum Y^2}}$$

2. Menghitung koefisien korelasi antara *Trust* (X2) terhadap (Y) keputusan pembelian.

$$r_{X_2Y} = \frac{\sum X_2Y}{\sqrt{\sum X_2^2 \cdot \sum Y^2}}$$

3. Menghitung koefisien korelasi antara *web quality* (X1) terhadap *trust* (X2)

$$r_{X_1X_2} = \frac{\sum X_1X_2}{\sqrt{\sum X_1^2 \cdot \sum X_2^2}}$$

Keterangan :

- r = koefisien korelasi
 X1 = *web quality*
 X2 = *trust*
 Y = keputusan pembelian

Rumus diatas digunakan untuk mencari koefisien, dimana koefisien korelasi ini digunakan untuk mencari korelasi secara parsial dan simultan adalah sebagai berikut:

1. Korelasi secara persial antar X1 dan Y apabila X2 dianggap konstan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$r_{X_1Y} = \frac{r_{X_1Y} - r_{X_2Y} \cdot r_{X_1X_2}}{\sqrt{1 - r^2_{X_2Y} (1 - r^2_{X_1X_2})}}$$

2. Korelasi secara parsial antara X2 dan Y apabila X1 dianggap konstan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$r_{X_2Y} = \frac{r_{X_2Y} - r_{X_1Y} \cdot r_{X_1X_2}}{\sqrt{1 - r^2_{X_1Y} (1 - r^2_{X_1X_2})}}$$

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

3. Korelasi secara simultan antara X1 dan X2 terhadap Y dengan perhitungan sebagai berikut :

$$r_{X1X2Y} = \sqrt{\frac{r^2_{X1Y} + r^2_{X2Y} - 2r_{X1Y} \cdot r_{X2Y} \cdot r_{X1X2}}{(1 - r^2_{X1X2})}}$$

Tabel 3. 10 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat rendah / Lemah dapat diabaikan
0,200 – 0,399	Rendah / Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi / Kuat
0,800 – 1,000	Sangat tinggi / Sangat kuat

Sugiyono (2014:183)

3.7.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2014:192), analisis regresi linear berganda digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan atau diturunkan. Bentuk persamaan dari regresi linier berganda ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan :

Y = *Dividen Payout Ratio*

α = Konstanta, merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah 0 ($X_1, X_2=0$)

β_1 = Koefisien regresi berganda antara variable bebas X1 dan Y, apabila variabel bebas X2 Konstan.

β_2 = Koefisien regresi berganda antara variable X2 dan Y, apabila variable X1 Konstan

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

X = Variabel Independen, yang terdiri dari *web quality* (X1) dan *trust* (X2) terhadap variabel.

Regresi linier berganda dengan dua variabel bebas X1 dan X2 metode kuadrat kecil memberikan hasil bahwa koefisien-koefisien a, b1, dan b2 dapat dihitung jika menggunakan rumus manual dari Sugiyono (2010:279), sebagai berikut:

$$\sum y = \partial + b1 \sum X1 + b2 \sum X2$$

$$\sum X1y = \partial \sum X1 + b1 \sum X1^2 + b2 \sum X1X2$$

$$\sum X2y = \partial \sum X2 + b1 \sum X1X2 + b2 \sum X2^2$$

Arti dari koefisien β adalah jika nilai β positif (+), hal tersebut menunjukkan hubungan yang searah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan besarnya variabel terikat. Sedangkan jika nilai β negatif (-), menunjukkan hubungan yang berlawanan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain setiap peningkatan besarnya nilai variabel bebas akan diikuti oleh penurunan besarnya nilai variabel terikat, dan sebaliknya.

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Parsial

Uji T-statistik bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan dapat dipercaya antara *web quality* dan *trust* sebagai variabel *independent* dan keputusan pembelian online shop bukalapak sebagai variabel *dependent* yang pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk menguji signifikansi kolerasi antara variabel X dan variabel Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari distribusi student adalah sebagai berikut:

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

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

Sugiyono (2014:184)

Keterangan :

- t = distribusi student
 r = koefisien korelasi dari uji
 n = banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya koefisien regresi signifikan. Maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *website quality* dan *trust* dengan keputusan pembelian *online shop bukalapak* di kampus UPI Bumi Siliwangi.
- b. Jika $t_{hitung} \leq \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya koefisien regresi tidak signifikan. Maka tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *web quality* dan *trust* dengan keputusan pembelian *online shop bukalapak* di kampus UPI bumi siliwangi

3.8.2 Uji Simultan

Uji F –statistik digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Selain itu uji f dapat diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan :

- F = F hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan tabel
 R^2 = Korelasi *pearson* yang ditemukan.

Mirdan Ari Mulyana, 2018

PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

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

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi *R square*

Untuk mengetahui koefisien determinasi, maka nilai koefisien korelasi (r) dikuadratkan akan mendapatkan hasil “Koefisien penentu” (r^2) yaitu seberapa kontribusi *web quality* dan *trust* mempengaruhi keputusan pembelian.

Koefisien tersebut ditulis K_d , maka untuk menghitung K_d adalah sebagai berikut :

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

Pada akhirnya perhitungan yang akan digunakan adalah dengan menggunakan cara *SPSS 24.0* yang akan menghasilkan persamaan dimana dari hasil *SPSS* akan diketahui apakah perhitungan akan signifikan atau tidak, serta akan menjelaskan hubungan ke 3 variabel tersebut. Rancangan uji hipotesis ini disajikan berdasarkan penelitian. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%, sehingga tingkat presesi atau batas ketidak akuratan sebesar $\alpha = 5\% = 0,05$