

## BAB III

### OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan manajemen pemasaran untuk menganalisis tentang bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap *e-trust* pada pengguna *e-commerce* JD.ID di Bandung. Objek penelitian sebagai variabel bebas (eksogen) dalam penelitian ini adalah *perceived risk* (X) yang terdiri dari *product risk* ( $X_1$ ), *financial risk* ( $X_2$ ), *privacy risk* ( $X_3$ ), dan *delivery risk* ( $X_4$ ) (Masoud, 2013; Bhukya & Singh, 2015; Han & Kim, 2018). Adapun variabel terikat (endogen) dalam penelitian ini adalah *e-trust* (Y) dengan dimensi *integrity* ( $Y_1$ ), *competence* ( $Y_2$ ), dan *benevolence* ( $Y_3$ ) (Oliveira et al., 2019).

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *e-commerce* JD.ID di Bandung, dan penelitian ini menggunakan *cross sectional study* karena pengumpulan data hanya dilakukan sekali pada satu saat (Siyoto, 2015). Periode pengumpulan data penelitian dilakukan kurang dari satu tahun yaitu pada tahun 2022.

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu, biasanya karakteristik kelompok yang relevan, seperti, konsumen, penjual, organisasi, atau daerah pasar (Malhotra, 2015). Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh secara terperinci gambaran mengenai pandangan responden tentang *perceived risk* yang terdiri dari *product risk*, *financial risk*, *privacy risk*, dan *delivery risk*, serta gambaran *e-trust* diantaranya yang terdiri dari *integrity*, *competence* dan *benevolence* pada pengguna *e-commerce* JD.ID di Bandung.

Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil, maupun praktik dari ilmu itu sendiri (Arifin, 2014). Penelitian verifikatif

dilakukan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *perceived risk* terhadap *e-trust* pada pengguna *e-commerce* JD.ID di Bandung.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Metode ini dilakukan melalui pengumpulan informasi menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah proses pengubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variabel terukur yang sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini terdiri dari variabel eksogen diantaranya *perceived risk* (X), serta variabel endogen yaitu *e-trust* (Y). Secara lengkap operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel berikut ini:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
<i>Perceived risk</i> (X)	<i>Perceived risk</i> didefinisikan sebagai hal yang mampu menjelaskan perilaku konsumen karena pelanggan lebih sering termotivasi untuk menghindari kesalahan daripada memaksimalkan utilitas pembelian (Egan, 2002).					
	<i>Product risk</i>	<i>Product risk</i> adalah persepsi bahwa produk yang dibeli mungkin gagal berfungsi atau tidak seperti yang diharapkan (M. C. Han & Kim, 2017).	Jenis produk	Tingkat keberagaman jenis produk	Interval	1
			Informasi produk	Tingkat kesesuaian produk yang diterima dengan gambar yang ditampilkan <i>seller</i>	Interval	2
				Tingkat kesesuaian <i>tagline</i> #DijaminOri dengan produk yang ditawarkan oleh <i>seller</i>	Interval	3
	<i>Financial risk</i>	Merupakan persepsi	Harga yang dijanjikan	Tingkat kesesuaian	Interval	4

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		seseorang tentang kemungkinan kerugian finansial karena biaya tersembunyi atau kurangnya jaminan jika terjadi kesalahan (Koç et al., 2019).	Ketepatan harga	potongan harga ( <i>discount</i> ) yang dijanjikan Tingkat kesesuaian tagihan transaksi yang harus dibayar dengan harga produk yang dibeli	Interval	5
				Tingkat kesesuaian uang yang dikembalikan pada fitur retur produk	Interval	6
	<i>Privacy risk</i>	Potensi hilangnya kendali atas informasi pribadi (Pavlou, 2014).	Informasi pribadi	Tingkat keamanan terhindar dari penyalahgunaan data pribadi	Interval	7
				Tingkat keamanan terhindar dari pencurian data pribadi	Interval	8
	<i>Delivery risk</i>	Potensi kehilangan pengiriman berhubungan dengan barang hilang, barang rusak dan salah kirim ke tempat setelah berbelanja (M. C. Han & Kim, 2017).	Kesesuaian pengiriman	Tingkat keamanan produk yang dikirim sesuai dengan produk yang dipesan	Interval	9
			Kondisi pengiriman	Tingkat keamanan produk sampai dengan kondisi yang baik	Interval	10
			Alamat pengiriman	Tingkat keamanan produk sampai dengan alamat yang benar	Interval	11
<i>E-Trust</i> (Y)	<i>E-trust</i> didefinisikan sebagai penerimaan kerentanan kemungkinan terhadap orang lain, hal yang tidak diharapkan, niat buruk atau kurangnya niat baik (Gummesson, 2008).					
	<i>Integrity</i>	Ketika konsumen menyarankan agar perusahaan bertindak secara konsisten, dapat	Kejujuran	Tingkat kejujuran dalam memberikan informasi di media sosial	Interval	12
			Konsisten	Tingkat kekonsistenan dalam menyediakan	Interval	13

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		diandalkan, dan jujur saat memenuhi janjinya (Chen & Dhillon, 2003).		produk yang berkualitas		
				Tingkat konsistenan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas	Interval	14
	<i>Competence</i>	Diartikan sebagai kompetensi termasuk kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi janjinya yang dikomunikasikan kepada konsumen (Chen & Dhillon, 2003).	Harapan	Tingkat kemampuan dalam menyediakan produk sesuai harapan	Interval	15
			Keinginan	Tingkat kemampuan mengetahui jenis pelayanan yang diinginkan	Interval	16
				Tingkat kemampuan menyelesaikan keluhan yang dihadapi	Interval	17
	<i>Benevolence</i>	Kemungkinan suatu perusahaan memegang kepentingan konsumen di depan kepentingan pribadi dan menunjukkan kepedulian yang tulus terhadap kesejahteraan pelanggan (Chen & Dhillon, 2003).	Kebajikan	Tingkat kepedulian dalam menawarkan <i>discount</i> yang menarik	Interval	18
				Tingkat kepedulian dalam memberikan kemudahan saat bertransaksi	Interval	19

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data yang diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

#### 1. Data Primer

Menurut McDaniel & Gates (2015) menyatakan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam

penyelidikan atau penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui angket yang disebarakan kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei kepada pengguna *e-commerce* JD.ID di Bandung.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, simbol atau konsep yang bisa mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai (McDaniel & Gates, 2015). Sumber dari data sekunder dalam penelitian ini adalah data literatur, artikel, jurnal, *website*, dan berbagai sumber informasi lainnya. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data sebagai berikut:

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Tanggapan pengguna <i>e-commerce</i> JD.ID mengenai karakteristik pengguna	Hasil pengolahan data pengguna <i>e-commerce</i> JD.ID pada <i>followers</i> Instagram <a href="https://www.instagram.com/jdid.bandung">jdid.bandung</a>	Primer
2	Tanggapan pengguna <i>e-commerce</i> JD.ID mengenai pengalaman pengguna	Hasil pengolahan data pengguna <i>e-commerce</i> JD.ID pada <i>followers</i> Instagram <a href="https://www.instagram.com/jdid.bandung">jdid.bandung</a>	Primer
3	Tanggapan pengguna <i>e-commerce</i> JD.ID mengenai <i>perceived risk</i>	Hasil pengolahan data pengguna <i>e-commerce</i> JD.ID pada <i>followers</i> Instagram <a href="https://www.instagram.com/jdid.bandung">jdid.bandung</a>	Primer
4	Tanggapan pengguna <i>e-commerce</i> JD.ID mengenai <i>e-trust</i>	Hasil pengolahan data pengguna <i>e-commerce</i> JD.ID pada <i>followers</i> Instagram <a href="https://www.instagram.com/jdid.bandung">jdid.bandung</a>	Primer
5	Pertumbuhan pengguna <i>e-commerce</i> tahun 2022	<a href="https://wearesocial.com/digital-2022">https://wearesocial.com/digital-2022</a>	Sekunder
6	Jumlah pengunjung <i>website e-commerce</i> di Indonesia	Databoks, <a href="https://www.databoks.co.id">iPrice</a> <a href="https://www.shopee.co.id">Shopee</a> , <a href="https://www.e-commerce.com">E-Commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2021   Databoks (katadata.co.id)</a>	Sekunder
7	<i>Traffic Website E-commerce</i>	Similiarweb <a href="https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/e-commerce-and-shopping/marketplace/">https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/e-commerce-and-shopping/marketplace/</a>	Sekunder
8	<i>Traffic e-commerce</i> JD.ID di Indonesia	Similiarweb <a href="https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/e-commerce-and-shopping/marketplace/">https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/e-commerce-and-shopping/marketplace/</a>	Sekunder
9	<i>Feeds</i> Instagram JD.ID	Instagram <a href="https://www.instagram.com/jdid.bandung">@jdid.bandung</a>	Sekunder
10	JD.ID <i>annual report</i>	<a href="https://www.jd.com/annual-report">Annual Report JD.com</a> <a href="https://www.jd.com/annual-report">Annual Reports   JD.Com, Inc.</a>	Sekunder

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Suci Fitria Nurfajri, 2023

**PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP E-TRUST (STUDI PADA PENGGUNA E-COMMERCE JD.ID DI BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

#### 3.2.4.1 Populasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengguna *e-commerce* JD.ID di kota Bandung. Populasi pada pengguna *e-commerce* JD.ID ini adalah jumlah *followers* pada akun Instagram *e-commerce* JD.ID di Kota Bandung dengan total berukuran 1.435 *followers* pada September 2022. Data diakses tanggal 10 September pada pukul 13.38 WIB berdasarkan total *followers* @jdid.bandung di Instagram (jdid.bandung, 2022).

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk proyek riset atau berpartisipasi dalam suatu studi (Malhotra, 2015). Perhitungan ukuran sampel merupakan langkah penting dalam perancangan studi untuk menjamin tercapainya tujuan penelitian secara kuantitatif (Harlan, 2017). Masalah pokok dari sampel adalah menjawab pertanyaan, apakah sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi. Indikator penting dalam pengujian desain sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sampel adalah bagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016).

Berdasarkan pengertian mengenai sampel di atas, adapun rumus yang digunakan untuk mengambil suatu sampel dari sebuah populasi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus tabel Krejcie dan Morgan dengan tingkat kepercayaan 95% (Sugiyono, 2011). Gambar 3.1 berikut menunjukkan mengenai rumus tabel penentuan sampel menurut Krejcie dan Morgan:

Population	Confidence level 90 per cent			Confidence level 95 per cent			Confidence level 99 per cent		
	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence
30	27	28	29	28	29	29	29	29	30
50	42	45	47	44	46	48	46	48	49
75	59	64	68	63	67	70	67	70	72
100	73	81	88	79	86	91	87	91	95
120	83	94	104	91	100	108	102	108	113
150	97	111	125	108	120	132	122	131	139
200	115	136	158	132	150	168	154	168	180
250	130	157	188	151	176	203	182	201	220
300	143	176	215	168	200	234	207	233	258
350	153	192	239	183	221	264	229	262	294
400	162	206	262	196	240	291	250	289	329
450	170	219	282	207	257	317	268	314	362
500	176	230	301	217	273	340	285	337	393
600	187	249	335	234	300	384	315	380	453
650	192	257	350	241	312	404	320	400	481
700	196	265	364	248	323	423	341	418	507
800	203	278	389	260	343	457	363	452	558
900	209	289	411	269	360	468	382	482	605
1,000	214	298	431	278	375	516	399	509	648
1,100	218	307	448	285	388	542	414	534	689
1,200	222	314	464	291	400	565	427	556	727
1,300	225	321	478	297	411	586	439	577	762
1,400	228	326	491	301	420	606	450	596	796
1,500	230	331	503	306	429	624	460	613	827
2,000	240	351	549	322	462	696	498	683	959
2,500	246	364	581	333	484	749	524	733	1,061
5,000	258	392	657	357	536	879	586	859	1,347
7,500	263	403	687	365	556	934	610	911	1,480
10,000	265	408	703	370	566	964	622	939	1,556
20,000	269	417	729	377	583	1,013	642	986	1,688
30,000	270	419	738	379	588	1,030	649	1,002	1,737
40,000	270	421	742	381	591	1,039	653	1,011	1,762
50,000	271	422	745	381	593	1,045	655	1,016	1,778
100,000	272	424	751	383	597	1,056	659	1,026	1,810
150,000	272	424	752	383	598	1,060	661	1,030	1,821
200,000	272	424	753	383	598	1,061	661	1,031	1,826
250,000	272	425	754	384	599	1,063	662	1,033	1,830
500,000	272	425	755	384	600	1,065	663	1,035	1,837
1,000,000	272	425	756	384	600	1,066	663	1,036	1,840

(Noor, 2011)

**GAMBAR 3.1**  
**RUMUS TABEL KREJCIE DAN MORGAN**

Gambar 3.1 menunjukkan rumus tabel penentuan sampel menurut Krejcie dan Morgan yang akan digunakan dalam penelitian ini. Adapun populasi yang diteliti adalah *followers* Instagram @jdid.bandung yang berukuran 1.435 *followers*. Penentuan sampel menurut rumus tabel Krejcie dan Morgan dengan jumlah populasi dibulatkan menjadi 1.500 dengan tingkat kepercayaan 95%, sehingga didapatkan jumlah sampel 306.

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan rumus tabel Krejcie dan Morgan, maka dalam penelitian ini ukuran sampel minimal yang dibutuhkan sejumlah 306 untuk keperluan penelitian ukuran sampel ditambah 14 sehingga ukuran sampel sejumlah 320.

### 3.2.4.3 Teknik *Sampling*

*Sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga memungkinkan sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik untuk digeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Terdapat tipe teknik *sampling* yaitu *probability*

*sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. *Probability sampling* dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sementara *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling* dan *quota sampling* (Sekaran & Bougie, 2016:240).

Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. Metode yang digunakan yaitu metode penarikan sampel acak sederhana atau *simple random sampling*, dimana setiap elemen dalam populasi telah diketahui dan memiliki probabilitas seleksi yang setara, setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lainnya dan sampel diambil dengan prosedur *random* dari kerangka *sampling* (Malhotra & Birks, 2013). Langkah *simple random sampling* pada penelitian ini yaitu:

- 1) *Backup* data untuk dijadikan kerangka *sampling* pengguna JD.ID yang merupakan *followers* akun Instagram JD.ID di Bandung, yaitu akun Instagram @jdid.bandung;
- 2) Tentukan secara acak menggunakan fasilitas acak nama *website* Wheelofnames.com yang dapat diakses melalui Google.com;
- 3) Menghubungi pengguna secara acak melalui DM (*Direct Message*) pada *followers* akun akun Instagram @jdid.bandung.

### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

### 1. Studi literatur

Studi literatur yaitu pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *perceived risk* dan *e-trust*. Studi literatur tersebut diperoleh dari berbagai sumber seperti a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, Tesis dan Disertasi, c) Jurnal Ekonomi, dan Bisnis, d) Media cetak (seperti, majalah Marketeer dan Cosmopolitan Indonesia), e) Media elektronik (internet), f) *Website*, aplikasi JD.ID di Play Store dan App Store g) *Search engine* Google Scholar, i) Portal Jurnal Science Direct, j) Portal Jurnal Researchgate, k) Portal jurnal Emerald Insight dan l) Portal Jurnal Elsevier.

### 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan pelaksanaan implementasi *perceived risk* dan *e-trust*. Kuesioner akan ditujukan kepada sebagian pengguna atau pelanggan *e-commerce* JD.ID di Bandung secara *online* melalui *google form* yang dikirim melalui *direct message* di media sosial dengan menghubungi responden secara langsung.

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Berbagai metode pengumpulan data tidak selalu mudah dan proses pengumpulan data sering kali terjadi adanya pemalsuan data oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Guna menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian yang disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yakni uji validitas dan reliabilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian harus valid dan reliabel.

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu dengan yang lain dan mempunyai bobot yang sama serta menggunakan skala pengukuran *semantic differential*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian

ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* atau program komputer IBM *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 25.0 for Windows.

### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas *internal* (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoretis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sementara validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Sumber : (Malhotra & Birks, 2013)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

$n$  = Jumlah sampel

$\sum$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Dimana:  $r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Untuk menguji keberartian koefisien  $r_{xy}$  valid atau tidak valid akan digunakan uji t, yang dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Dimana  $t_{hitung}$  dicari dengan menggunakan rumus dari Husein Umar (1998: 197) sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} : \text{dengan db} = n - 2$$

Sumber: (Umar, 1998)

Dimana  $r$  adalah koefisien korelasi Pearson dan db adalah derajat bebas. Keputusan pengujian validitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikansi

5% adalah sebagai berikut:

- Item instrumen dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$ ; maka item instrumen tersebut dapat digunakan.
- Item instrumen dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$ ; maka item instrumen tersebut tidak dapat digunakan.

Berdasarkan kuesioner yang diuji kepada 40 responden dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat bebas  $db = n - 2$  ( $40 - 2 = 38$ ), maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,320 dari tabel hasil pengujian validitas. Berikut Tabel 3.3 mengenai Hasil Pengujian Validitas Variabel *Perceived Risk* (X):

**TABEL 3.3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL**  
**PERCEIVED RISK (X)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Product risk</b>				
1	Jenis produk yang dijual	0,532	0,320	Valid
2	Produk yang diterima dengan gambar yang ditampilkan <i>seller</i>	0,781	0,320	Valid
3	Gambar yang ditampilkan <i>seller</i> dengan produk yang diterima tidak sesuai	0,736	0,320	Valid
4	<i>Tagline</i> #DijaminOri dengan produk yang ditawarkan oleh <i>seller</i>	0,784	0,320	Valid
5	Produk yang ditawarkan oleh <i>seller</i> dengan <i>tagline</i> #DijaminOri tidak sesuai	0,764	0,320	Valid
<b>Financial risk</b>				
6	Potongan harga ( <i>discount</i> ) yang dijanjikan	0,820	0,320	Valid
7	Tagihan transaksi yang harus dibayar dengan harga produk yang dibeli	0,777	0,320	Valid
8	Harga produk yang dibeli dengan tagihan transaksi yang harus dibayar tidak sesuai	0,760	0,320	Valid
9	Uang yang dikembalikan pada fitur retur produk	0,795	0,320	Valid
10	Uang yang dikembalikan pada fitur retur produk tidak sesuai	0,834	0,320	Valid
<b>Privacy risk</b>				
11	Aman terhindar dari penyalahgunaan data pribadi	0,527	0,320	Valid
12	Aman terhindar dari pencurian data pribadi	0,617	0,320	Valid
13	Terjadinya pencurian data pribadi	0,778	0,320	Valid
<b>Delivery risk</b>				

Suci Fitria Nurfaejri, 2023

**PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP E-TRUST (STUDI PADA PENGGUNA E-COMMERCE JD.ID DI BANDUNG)**

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

14	Keamanan produk yang dikirim sesuai dengan produk yang dipesan	0,821	0,320	Valid
15	Keamanan produk sampai dengan kondisi yang baik	0,794	0,320	Valid
16	Produk sampai dengan kondisi yang buruk	0,617	0,320	Valid
17	Keamanan produk sampai di alamat yang benar	0,763	0,320	Valid
18	Produk sampai di alamat yang salah	0,762	0,320	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2022 (menggunakan SPSS 25.0 for Windows)

Berdasarkan hasil Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden saat pengujian validitas seluruhnya dinyatakan valid dikarenakan  $r_{hitung}$  lebih besar  $r_{tabel}$  sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Berdasarkan hasil pengujian pada instrumen variabel *perceived risk*, nilai tertinggi terdapat pada dimensi *financial risk* dengan pernyataan “Uang yang dikembalikan pada fitur retur produk tidak sesuai” yang nilai  $r_{hitung}$  nya 0,834. Sedangkan nilai terendahnya terdapat pada dimensi *privacy risk* dengan pernyataan “Aman terhindar dari penyalahgunaan data pribadi” yang nilai  $r_{hitung}$  nya 0,527. Berikut ini Tabel 3.4 mengenai Hasil Pengujian Validitas Variabel *E-Trust* (Y):

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL**  
***E-TRUST* (Y)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b><i>Integrity</i></b>				
19	Memberikan informasi di media sosial	0,774	0,320	Valid
20	Menyediakan produk yang berkualitas	0,728	0,320	Valid
21	Menyediakan produk yang buruk	0,899	0,320	Valid
22	Memberikan pelayanan yang berkualitas	0,846	0,320	Valid
23	Memberikan pelayanan yang buruk	0,875	0,320	Valid
<b><i>Competence</i></b>				
24	Mampu menyediakan produk sesuai harapan	0,706	0,320	Valid
25	Mampu mengetahui jenis pelayanan yang diinginkan	0,813	0,320	Valid
26	Tidak mampu mengetahui jenis pelayanan yang diinginkan	0,819	0,320	Valid
27	Mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi	0,775	0,320	Valid

28	Tidak mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi	0,822	0,320	Valid
<b>Benevolence</b>				
29	Kepedulian menawarkan <i>discount</i> yang menarik	0,748	0,320	Valid
30	Kepedulian memberikan kemudahan saat bertransaksi	0,856	0,320	Valid
31	Tidak peduli apabila kesulitan saat bertransaksi	0,776	0,320	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2022 (menggunakan SPSS 25.0 *for Windows*)

Berdasarkan hasil Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden saat pengujian validitas seluruhnya dinyatakan valid dikarenakan  $r_{hitung}$  lebih besar  $r_{tabel}$  sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Berdasarkan hasil pengujian pada instrumen variabel *e-trust*, nilai tertinggi terdapat pada dimensi *integrity* dengan pernyataan “Menyediakan produk yang buruk” yang nilai  $r_{hitung}$  nya 0,899. Sedangkan nilai terendahnya terdapat pada dimensi *competence* dengan pernyataan “Mampu menyediakan produk sesuai harapan” yang nilai  $r_{hitung}$  nya 0,706.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh yang mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dapat diketahui bahwa reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran & Bougie, 2016). Malhotra (2015) mendefinisikan reliabilitas sebagai sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi yang berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan *internal consistency*, yaitu dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown sebagai berikut:

$$r_1 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Sumber : (Sugiyono, 2002:190)

Keterangan:

$r_1$  = reliabilitas seluruh instrumen

$r_b$  = korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan reliabel jika koefisien *internal* seluruh *item* ( $n$ )  $> r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5%.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak reliabel jika koefisien *internal* seluruh *item* ( $n$ )  $< r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5%.

Pengujian reliabilitas tersebut menurut (Sugiyono, 2002:190) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Berdasarkan kuesioner yang diuji kepada 40 responden dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat bebas  $db = n - 2$  ( $40 - 2 = 38$ ), maka diperoleh  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,320 dari tabel hasil pengujian reliabilitas. Berikut Tabel 3.5 mengenai Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel *Perceived Risk* (X) dan *E-Trust* (Y):

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
1	<i>Perceived Risk</i>	0,942	0,320	Reliabel
2	<i>E-Trust</i>	0,950	0,320	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2022 (menggunakan SPSS 25.0 *for Windows*)

Berdasarkan Tabel 3.5 di atas dapat diketahui bahwa semua variabel reliabel karena nilai  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari nilai  $r_{\text{tabel}}$ . Dimana variabel *perceived risk* dengan hasil  $r_{\text{hitung}}$  0,942 lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  0,320, lalu variabel *e-trust* dengan hasil  $r_{\text{hitung}}$  0,950 lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  0,320.

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran & Bougie, 2016). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
  - a. Memasukkan/*input* data ke program Microsoft Office Excel
  - b. Memberi skor pada setiap *item*
  - c. Menjumlahkan skor pada setiap *item*
  - d. Menyusun *ranking* skor pada setiap variabel penelitian.

Penelitian ini meneliti pengaruh *perceived risk* (X) terhadap *e-trust* (Y). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *semantic differential scale* yang biasanya menunjukkan skala tujuh poin dengan atribut bipolar mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden (Sekaran & Bougie, 2016). Data yang diperoleh adalah data interval. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka. Responden yang memberi penilaian pada angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan tersebut sangat negatif. Kategori kriteria dan rentang jawaban dapat terlihat pada Tabel 3.6 Skor Alternatif berikut.

**TABEL 3.6**  
**SKOR ALTERNATIF**

<b>Alternatif jawaban</b>	<b>Sangat Tinggi/ Sangat Baik/ Sangat Menarik/ Sangat Inovatif/ Sangat Puas/ Sangat Populer</b>	<b>Rentang Jawaban</b>	<b>Sangat Rendah/ Sangat Buruk/ Sangat Tidak Menarik/ Sangat Tidak Inovatif/ Sangat Tidak Puas/ Sangat Tidak Populer</b>
		←————→	
	Negatif	1 2 3 4 5 6 7	Positif

Sumber : Modifikasi dari Sekaran dan Bougie (2016)

### 3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari adanya suatu hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan

variabel yang terdapat pada data penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *perceived risk* terhadap *e-trust*. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Langkah-langkah yang digunakan untuk melakukan analisis deskriptif pada kedua variabel penelitian tersebut sebagai berikut:

### 1. Analisis Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*)

Metode *cross tabulation* merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dalam data yang diperoleh (Malhotra, 2015). Analisis ini pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Data yang digunakan untuk penyajian *cross tabulation* merupakan data berskala nominal atau kategori (Ghozali, 2014).

### 2. Skor Ideal

Skor ideal merupakan skor yang secara ideal diharapkan untuk jawaban dari pertanyaan yang terdapat pada angket kuesioner yang akan dibandingkan dengan perolehan skor total untuk mengetahui hasil kinerja dari variabel. Penelitian atau survei membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti kuesioner. Kuesioner berisikan pertanyaan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian atau survei. Jumlah pertanyaan yang dimuat dalam penelitian cukup banyak sehingga membutuhkan *scoring* untuk memudahkan dalam proses penilaian dan untuk membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Rumus yang digunakan dalam skor ideal yaitu sebagai berikut:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

### 3. Tabel Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, diantaranya yaitu: 1) Analisis Deskriptif Variabel Y (*E-Trust*), dimana variabel Y terfokus pada penelitian *e-trust* melalui *integrity*, *competence*, dan *benevolence*; 2) Analisis Deskriptif Variabel X (*Perceived Risk*), dimana variabel X terfokus pada penelitian terhadap *perceived risk* melalui *product risk*, *financial risk*, *privacy risk*, dan *delivery risk*. Cara yang dilakukan untuk

mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil 0% sampai 100%. Format tabel analisis deskriptif yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.7 Analisis Deskriptif sebagai berikut:

**TABEL 3.7**  
**ANALISIS DESKRIPTIF**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Total	Skor Ideal	Total Skor Per-Item	% Skor
Skor						
Total Skor						

Sumber : Modifikasi dari Sekaran dan Bougie (2016)

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengkategorikan hasil perhitungan berdasarkan kriteria penafsiran, dibuatlah garis kontinum yang dibedakan menjadi tujuh tingkatan, diantaranya sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, sedang, cukup rendah, rendah dan sangat rendah. Tujuan dibuatnya garis kontinum ini adalah untuk membandingkan setiap skor total tiap variabel untuk memperoleh gambaran variabel *e-trust* (Y) dan variabel *perceived risk* (X). Rancangan langkah-langkah pembuatan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

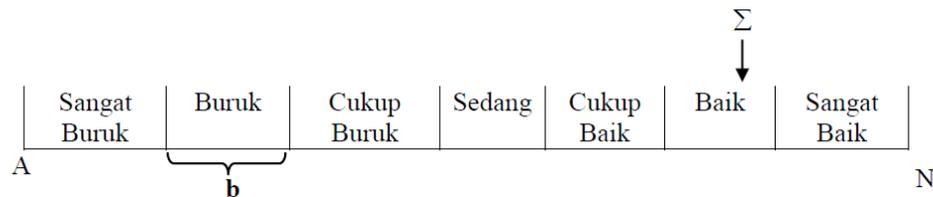
$$\text{Kontinum Tertinggi} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Kontinum Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Jumlah Responden}$$

- 2) Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat

$$\text{Skor Setiap Tingkatan} = \frac{\text{Kontinum Tertinggi} - \text{Kontinum Terendah}}{\text{Banyaknya Tingkatan}}$$

- 3) Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum ( $\text{Skor} / \text{Skor Maksimal} \times 100\%$ ). Penggambaran kriteria dapat dilihat dari Gambar 3.2 mengenai Garis Kontinum Penelitian *Perceived Risk* dan *E-Trust* berikut ini :



**GAMBAR 3.2**  
**GARIS KONTINUM PENELITIAN *PERCEIVED RISK***  
**DAN *E-TRUST***

Keterangan :

- a = Skor minimum                       $\Sigma$  = Jumlah perolehan skor  
 b = Jarak interval                      N = Skor ideal Teknik Analisis Data Verifikatif

#### 4. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, sebagai berikut:

##### a. Analisis deskriptif *perceived risk* (X)

Variabel *perceived risk* (X) meliputi *product risk*, *financial risk*, *privacy risk*, dan *delivery risk*.

##### b. Analisis deskriptif *e-trust* (Y)

Variabel *e-trust* meliputi *integrity*, *competence*, dan *benevolence*.

Mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas yang ditunjukkan pada Tabel 3.8 berikut:

**TABEL 3.8**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1%-25%	Sebagian Kecil
3	26%-49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51%-75%	Sebagian Besar
6	76%-99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: (Ali, 2013)

#### 3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Penelitian verifikatif dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul dan setelah dilakukannya analisis deskriptif. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-

Suci Fitria Nurfajri, 2023

**PENGARUH *PERCEIVED RISK* TERHADAP *E-TRUST* (STUDI PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* JD.ID DI BANDUNG)**

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

ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil maupun praktik dari ilmu itu sendiri sehingga tujuan dari penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Arifin, 2014).

Teknik analisis data verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh *perceived risk* (X) terhadap *e-trust* (Y). Teknik analisis data verifikatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier sederhana.

### 3.2.7.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ditujukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan mewakili atau mendekati kenyataan yang ada dan layak digunakan. Uji asumsi klasik merupakan syarat yang harus dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik terdiri dari:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas, variabel terikat atau keduanya berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal. Uji normalitas data dapat diketahui dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov*, yaitu dengan ketentuan sebagai berikut:

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

#### 2. Uji Linieritas

Menurut (Sudjana, 2005:331) uji linieritas regresi digunakan untuk menguji kelinieran regresi, yaitu apakah model linier yang diambil betul-betul cocok dengan keadaannya atau tidak. Apabila ternyata cocok atau linier, maka pengujian dilanjutkan dengan model sederhana. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Pada taraf kesalahan 5% dengan derajat kebebasan (dk) pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-k) serta pihak kanan secara statistik (Sudjana, 2001:18), pengujian hipotesis uji linieritas, yaitu sebagai berikut:

- 1)  $H_0: \beta \leq 0$ , artinya produk *bundling* dengan keputusan penggunaan koefisien arah regresinya tidak linier.
- 2)  $H_a: \beta > 0$ , artinya produk *bundling* dengan keputusan penggunaan koefisien arah regresinya linier.

### 3. Uji Diagram Pencar

Diagram pencar yaitu diagram yang menunjukkan gugusan titik-titik pada garis koordinat tanpa garis penghubung antar tiap titik (Riduwan, 2012). Diagram ini biasanya digunakan untuk menggambarkan titik data korelasi atau regresi yang terdiri dari peubah respon dan peubah penjelas. Sebelum memastikan model regresi yang sesuai untuk pasangan data, sebaiknya dibuat plot data terlebih dahulu pada susunan sumbu X dan Y, di mana X sebagai absis dan Y sebagai ordinat. Titik-titik yang diperoleh dari pengeplotan tersebut disebut sebagai diagram pencar. Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel X (*perceived risk*) terhadap variabel Y (*e-trust*) adalah pola hubungan linier, maka dapat dijadikan alasan bahwa model hubungan ini adalah model regresi linier sederhana yaitu,  $Y = a + bX$ .

### 4. Uji Titik Terpencil

Uji titik terpencil dilakukan setelah menggambarkan hasil pengamatan diagram pencar dan sudah bisa menentukan pola garis lurus, yaitu dengan cara memperhatikan diagram pencar apakah terdapat titik yang letaknya terpencil atau tidak. Statistik uji yang digunakan sebagai berikut:

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{S_{Y-\hat{Y}}}$$

Sumber: (Nirwana SK Sitepu, 1994)

Keterangan:

$\hat{Y}$  : Variabel dependen atau nilai variabel yang diprediksikan

Y : Skor nilai variabel dependen

$S_Y$  : Standar error untuk Y

Dimana kriteria yang digunakan dalam uji ini yaitu:

$t > t_{n-2}$  : Tolak  $H_0$ , artinya titik yang mencurigakan dianggap sebagai titik terpencil dan harus dikeluarkan.

$t \leq t_{n-2}$  : Terima  $H_0$ , artinya titik yang mencurigakan tidak dianggap sebagai titik terencil dan tidak perlu dikeluarkan dari analisis.

### 3.2.7.2.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan hubungan linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk memprediksi seberapa besar nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, dan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah positif atau negatif (Sugiyono, 2016). Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Adapun rumus dari regresi linier sederhana, yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel bebas

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui tinggi rendahnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam persentase. Analisis koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien korelasi

Jika ditentukan korelasi positif antara variabel independen dan variabel dependen sebesar t, maka nilai koefisien determinasinya  $r^2$ . Oleh karena itu, varian yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variabel independen atau dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sama dengan  $r^2$  (%) sedangkan dipengaruhi oleh faktor lain. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen

terhadap variabel dependen, maka digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu. Jika nilai koefisien penentu semakin mendekati 100% artinya semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila semakin mendekati 0%, berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah pedoman interpretasi koefisien penentu:

**TABEL 3.9**  
**INTERPRETASI KOEFISIEN DETERMINASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0% - 19,99%	Sangat Rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2008)

Dari interpretasi pada tabel di atas akan diketahui seberapa besar hubungan variabel independen terhadap variabel dependen yang diketahui dari seberapa besar persentasenya.

### 3.2.7.2.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis secara garis besar diartikan sebagai dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu masalah yang akan dibuktikan secara statistik (Sukmadinata, 2012). Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal (Priyono, 2016). Pengujian hipotesis adalah sebuah cara pengujian jika pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoretis yang berlaku mengalami pemeriksaan ketat (Sekaran & Bougie, 2016). Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau variabel independen yaitu *perceived risk* (X), sedangkan variabel dependen adalah *e-trust* (Y) dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi linier sederhana dengan Uji t untuk kedua variabel tersebut.

Probabilitas diterima dan ditolaknyanya hipotesis tergantung pada besaran perbedaan antara nilai sampel dan nilai hipotesis. Hipotesis penelitian dapat diuji dengan cara uji parsial (uji t). Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel

independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012). Dirumuskan sebagai berikut

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

Sumber: (Sugiyono 2014:288)

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,5 dengan derajat kebebasan dk (n-2). Dasar dalam pengambilan keputusan hipotesis, yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Maka artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.