

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini diperkirakan selama satu bulan terhitung dari bulan Mei 2022 sampai Juli 2022. Hal tersebut meliputi pengumpulan data serta pengelolaan data yang dilanjutkan dengan laporan penulisan penelitian.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di DKI Jakarta pada masyarakat di DKI Jakarta (Non Kepulauan Seribu) dengan melibatkan seluruh kabupaten/ kota yang ada didalamnya.

3. Metode Penelitian

a. Metode

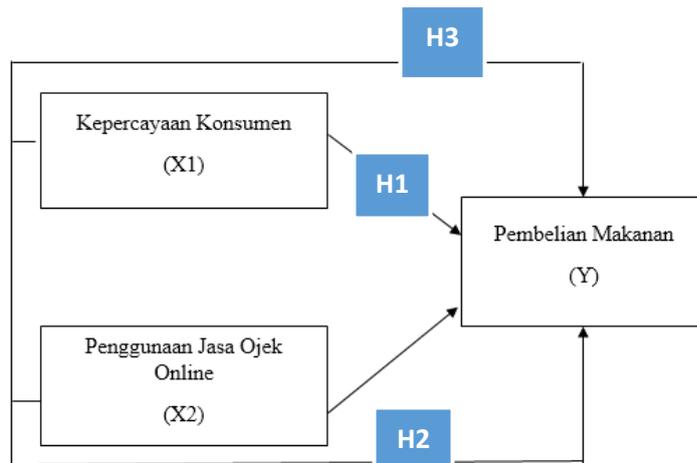
Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian eksplanasi. Penelitian kuantitatif sendiri berarti penelitian yang lebih memprioritaskan analisisnya pada data-data angka yang kemudian diolah menggunakan metode statistika. Penelitian kuantitatif juga digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu

dengan pengambilan sampel yang dilakukan secara random serta pengumpulan data menggunakan indikator penelitian analisis data dengan tujuan menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Sedangkan desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain eksplanasi yang dimaksudkan untuk menjelaskan suatu penyamarataan antara sampel dan populasinnya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, maupun pengaruh dari satu variabel terhadap variabel lainnya (muhammad mulyadi, 2011). Dalam penelitian ini peneliti menelaah fenomena yang terjadi di lapangan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang sudah di tetapkan sebelumnya.

b. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang sudah diajukan sebelumnya, bahwa terdapat hubungan yang signifikan serta bersama sama antara variabel X1, X2 (Kepercayaan Konsumen dan Penggunaan Jasa Ojek Online) dengan variabel Y (Pembelian Makanan), maka konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan dalam konstelasi sebagai berikut:



4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono populasi merupakan suatu tempat generalisasi atau penyamarataan yang terdiri dari objek atau subjek karakteristik tertentu yang telah dipilih oleh peneliti untuk di teliti serta diambil kesimpulannya (“Nurmalasari,” 2014). Populasi juga dapat diartikan sebagai suatu kumpulan masyarakat atau subjek pada suatu tempat dan dalam suatu kurun waktu serta kualitas tertentu untuk diteliti (Pekelitian, 1990). Berdasarkan pengertian yang dijelaskan sebelumnya, maka populasi padacpenelitian ini adalah masyarakat di DKI Jakarta (Non Kepulauan Seribu) yaitu masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi fitur pesan antar makanan *GrabFood*.

b. Sampel

Menurut Sugiyono sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang akan diteliti (Wahyuningtias, Putranto, & Kusdiana, n.d.). Selain itu Arikunto menjelaskan sampel adalah sebagian subjek atau populasi yang sedang diteliti (Pembelajaran, Terhadap, Masalah, Siswa, & Dasar, 2015). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah adalah *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama. Untuk memudahkan peneliti, jika populasi tidak diketahui dan jumlah populasi sangat besar sampai jumlah sampel tidak dapat diketahui.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus yang sesuai dengan teori dari Naresh K Malhotra. Menurut beliau dalam buku riset pemasaran paling sedikit lima kali dari jumlah item pernyataan (Firmantika, n.d.). Jadi dapat disimpulkan teknik sample yang digunakan di penelitian ini dengan cara mengalikan lima dengan jumlah pertanyaan. Berdasarkan hal tersebut peneliti menggunakan 23 pertanyaan dari 3 variabel, jadi jumlah sample yang digunakan oleh peneliti adalah $5 \times 23 = 115$ responden.

5. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu Kepercayaan Konsumen (X1), Penggunaan Jasa Ojek *Online* (X2), dan Pembelian Makanan (Y). Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pembelian Makanan

a. Definisi Konseptual

Pembelian makanan dalam ekonomi dapat dikatakan sebagai kegiatan konsumsi yang berarti suatu kegiatan dalam perekonomian dengan melakukan pembelanjaan ataupun pembelian terhadap suatu produk barang maupun jasa tak terkecuali makanan guna mencapai tujuan yaitu memenuhi kebutuhan kehidupannya.

b. Definisi Operasional

Pembelian makanan adalah suatu ketertarikan atau suatu kemampuan konsumen dalam membeli suatu produk pangan tertentu guna memenuhi kebutuhan maupun keinginan jasmani nya. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pembelian makanan ini adalah indikator konsumsi atau bisa juga sebagai keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller yaitu, pilihan produk, pilihan merek, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran (Warayuanty, 2015). Selain itu peneliti juga

memberikan indikator tambahan yaitu promosi atau diskon yang diberikan.

c. Kisi-Kisi Instrumen Pembelian Makanan

Kisi-kisi instrumen yang ditampilkan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel pembelian makanan dan juga memberikan gambaran apakah instrumen ini mencerminkan indikator variabel pembelian makanan. Kisi-kisi instrumen pembelian makanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Pembelian Makanan

No	Indikator	Bukti Uji Coba	Bukti Uji Final
1	Pilihan Produk	3	3
2	Pilihan Merk	1,2,4	1,2,4
3	Jumlah Pembelian	5	5
4	Waktu Pembelian	6	6
5	Metode Pembayaran	7	7
6	Promosi / Diskon	8	8

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2022

Untuk mengisi setiap pertanyaan yang disediakan di dalam kuesioner penelitian responden dapat memilih salah satu dari lima pilihan jawaban yang telah disediakan. Pilihan jawaban yang disediakan menggunakan skala *Likert* yaitu point 1 untuk Sangat Tidak Setuju, point 2 untuk Tidak Setuju, point 3 untuk Ragu-ragu, point 4 untuk Setuju, dan point 5 untuk Sangat Setuju.

d. Validitas Instrumen Pembelian Makanan

Langkah pertama yang dilakukan dalam penyusunan instrumen pembelian makanan adalah dengan menyusun butir pertanyaan dimana pilihan jawaban menggunakan skala likert yaitu dengan 5 pilihan jawaban. Langkah selanjutnya adalah mengkonsultasikan instrumen tersebut kepada dosen pembimbing.

Setelah disetujui oleh dosen pembimbing langkah selanjutnya adalah peneliti akan melakukan uji coba kepada 30 orang yang termasuk masyarakat pengguna fitur GrabFood yang ada di DKI Jakarta. Uji coba tersebut dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis apakah instrumen tersebut sudah layak digunakan untuk penelitian. Pengukuran yang dilakukan oleh peneliti untuk melihat layak atau tidaknya instrumen tersebut yaitu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sehingga nantinya akan diketahui item pernyataan mana saja yang dikatakan valid dan tidak valid. Penerapan uji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 25. Berikut Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Makanan:

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Pembelian Makanan

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
r tabel	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361
r hitung	0,581	0,729	0,745	0,779	0,706	0,732	0,561	0,493

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2022

Dengan tingkat kesalahan 5% yang peneliti ambil maka kriteria batas minimum pernyataan yang dapat dikatakan valid adalah $r_{tabel} = 0,361$ jadi apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan tersebut dianggap valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan tersebut dianggap tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk penelitian. Setelah melalui uji validitas sebanyak 8 pernyataan tidak terdapat pernyataan yang tidak valid, karena pada setiap butir pernyataan r_{hitung} yang didapat lebih besar dari r_{tabel} .

Selanjutnya, hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS 25, diperoleh bahwa nilai reliabilitasnya adalah 0,764. Hal ini termasuk pada kategori dengan reliabilitas tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa 8 butir pernyataan dari variabel pembelian makanan dinyatakan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Berikut gambar hasil uji reliabilitas variabel pembelian makanan :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,764	,873	9

Gambar 3. 1 Hasil Uji Reliabilitas Pembelian Makanan

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2022

Klasifikasi derajat reliabilitas menurut Guilford (Ndiung et al., 2020) adalah sebagai berikut:

- ✓ 0,80 – 1,00 reliabilitas sangat tinggi
- ✓ 0,60 – 0,80 reliabilitas tinggi
- ✓ 0,40 – 0,60 reliabilitas sedang
- ✓ 0,20 – 0,40 reliabilitas rendah
- ✓ -1,00 – 0,20 reliabilitas sangat rendah (tidak reliable)

2. Kepercayaan Konsumen

a. Definisi Konseptual

Kepercayaan konsumen adalah suatu sikap yang diberikan konsumen kepada penjual berdasarkan kinerja dan juga pengalaman yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri terhadap penjual atau penyedia jasa tersebut.

b. Definisi Operasional

Kepercayaan konsumen adalah sikap yang diberikan oleh konsumen kepada suatu jasa yang dalam hal ini adalah jasa fitur pesan antar Grab Food dalam bentuk tetap menggunakan fitur tersebut untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan dalam melakukan pembelian makanan melalui fitur pesan antar. Indikator yang digunakan dalam mengukur variabel kepercayaan konsumen ini adalah indikator kepercayaan menurut Nuraini yaitu, kejujuran penjual dalam bertransaksi, tanggung jawab penjual kepada

pembeli, dan kepercayaan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik (Malian, 2021).

c. Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan Konsumen

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan konsumen dan juga memberikan gambaran apakah instrumen ini mencerminkan indikator variabel kepercayaan konsumen. Kisi-kisi instrumen kepercayaan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan Konsumen

No	Indikator	Butir Uji Coba	Butir Uji Hasil
1	Citra Perusahaan yang baik	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5
2	Tanggung Jawab	6,7	6,7
3	Kejujuran	8	8

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2022

Untuk mengisi setiap pertanyaan yang disediakan di dalam kuesioner penelitian responden dapat memilih salah satu dari lima pilihan jawaban yang telah disediakan. Pilihan jawaban yang disediakan menggunakan skala *Likert* yaitu point 1 untuk Sangat Tidak Setuju, point 2 untuk Tidak Setuju, point 3 untuk Ragu-ragu, point 4 untuk Setuju, dan point 5 untuk Sangat Setuju.

d. Validitas Instrumen Kepercayaan Konsumen

Langkah pertama yang dilakukan dalam penyusunan instrumen kepercayaan konsumen adalah dengan menyusun butir pernyataan dimana pilihan jawaban menggunakan skala likert yaitu dengan 5 pilihan jawaban. Langkah selanjutnya adalah mengkonsultasikan instrumen tersebut kepada dosen pembimbing.

Setelah disetujui oleh dosen pembimbing langkah selanjutnya adalah peneliti akan melakukan uji coba kepada 30 orang yang termasuk masyarakat pengguna fitur GrabFood yang ada di DKI Jakarta. Uji coba tersebut dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis apakah instrumen tersebut sudah layak digunakan untuk penelitian. Pengukuran yang dilakukan oleh peneliti untuk melihat layak atau tidaknya instrumen tersebut yaitu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sehingga nantinya akan diketahui item pertanyaan mana saja yang dikatakan valid dan tidak valid. Penerapan uji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 25. Berikut tabel hasil uji validitas variabel kepercayaan konsumen:

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Konsumen

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
r tabel	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361
r hitung	0,802	0,455	0,699	0,721	0,850	0,777	0,748	0,807

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2022

Dengan tingkat kesalahan 5% yang peneliti ambil maka kriteria batas minimum pernyataan yang dapat dikatakan valid adalah $r_{tabel} = 0,361$ jadi apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan tersebut dianggap valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan tersebut dianggap tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk penelitian. Setelah melalui uji validitas sebanyak 8 pernyataan tidak terdapat pertanyaan yang tidak valid, karena pada setiap butir pernyataan r_{hitung} yang didapat lebih besar dari r_{tabel} .

Selanjutnya, hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS 25, diperoleh bahwa nilai reliabilitasnya adalah 0,874. Hal ini termasuk pada kategori dengan reliabilitas sangat tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa 8 butir pernyataan dari variabel pembelian makanan dinyatakan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Berikut gambar hasil uji reliabilitas variabel kepercayaan konsumen:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,874	,877	8

Gambar 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Konsumen

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2022

Klasifikasi derajat reliabilitas menurut Guilford (Ndiung et al., 2020) adalah sebagai berikut:

- ✓ 0,80 – 1,00 reliabilitas sangat tinggi
- ✓ 0,60 – 0,80 reliabilitas tinggi
- ✓ 0,40 – 0,60 reliabilitas sedang
- ✓ 0,20 – 0,40 reliabilitas rendah
- ✓ -1,00 – 0,20 reliabilitas sangat rendah (tidak reliable)

3. Penggunaan Jasa Ojek Online

a. Definisi Konseptual

Penggunaan Jasa ojek *online* dalam ekonomi dan dalam konteks penelitian ini merupakan kegiatan distribusi yang artinya suatu rangkaian kegiatan ekonomi yang memiliki tujuan untuk menyampaikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan sehari-hari.

b. Definisi Operasional

Penggunaan Jasa ojek *online* merupakan suatu jasa dalam bidang distribusi yang dalam penelitian ini merupakan distribusi makanan dari produsen kepada konsumen guna membantu kehidupan sehari-hari. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penggunaan jasa ojek *online* ini adalah indikator dari Philip

Kotler yaitu saluran pemasaran (marketing), jumlah distributor, kemudahan, dan kelengkapan jasa (Selvie, Sylvia, 2017).

c. Kisi-Kisi Instrumen Penggunaan Jasa Ojek Online

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penggunaan jasa ojek *online* dan juga memberikan gambaran apakah instrumen ini mencerminkan indikator variabel penggunaan jasa ojek *online*. Kisi-kisi instrumen penggunaan jasa ojek *online* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen Penggunaan Jasa Ojek Online

No	Indikator	Butir Uji Coba	Butir Uji Hasil
1	Pemasaran	1	1
2	Jumlah Distributor	3	3
3	Kemudahan	2,4,5,6	2,4,5,6
4	Kelengkapan Jasa	7	7

Sumber : data diolah oleh penulis, 2022

Untuk mengisi setiap pernyataan yang disediakan di dalam kuesioner penelitian responden dapat memilih salah satu dari lima pilihan jawaban yang telah disediakan. Pilihan jawaban yang disediakan menggunakan skala *Likert* yaitu point 1 untuk Sangat Tidak Setuju, point 2 untuk Tidak Setuju, point 3 untuk Ragu-ragu, point 4 untuk Setuju, dan point 5 untuk Sangat Setuju.

d. Validitas Instrumen Penggunaan Jasa Ojek Online

Langkah pertama yang dilakukan dalam penyusunan instrumen penggunaan jasa ojek online adalah dengan menyusun butir pernyataan dimana pilihan jawaban menggunakan skala likert yaitu dengan 5 pilihan jawaban. Langkah selanjutnya adalah mengkonsultasikan instrumen tersebut kepada dosen pembimbing.

Setelah disetujui oleh dosen pembimbing langkah selanjutnya adalah peneliti akan melakukan uji coba kepada 30 orang yang termasuk masyarakat pengguna fitur GrabFood yang ada di DKI Jakarta. Uji coba tersebut dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis apakah instrumen tersebut sudah layak digunakan untuk penelitian. Pengukuran yang dilakukan oleh peneliti untuk melihat layak atau tidaknya instrumen tersebut yaitu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sehingga nantinya akan diketahui item pertanyaan mana saja yang dikatakan valid dan tidak valid. Penerapan uji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 25. Berikut tabel hasil uji validitas variabel penggunaan jasa ojek online:

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Penggunaan Jasa Ojek Online

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
r tabel	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361
r hitung	0,753	0,781	0,877	0,708	0,867	0,701	0,858

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2022

Dengan tingkat kesalahan 5% yang peneliti ambil maka kriteria batas minimum pernyataan yang dapat dikatakan valid adalah $r_{tabel} = 0,361$ jadi apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan tersebut dianggap valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan tersebut dianggap tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk penelitian. Setelah melalui uji validitas sebanyak 7 pernyataan tidak terdapat pernyataan yang tidak valid, karena pada setiap butir pernyataan r_{hitung} yang didapat lebih besar dari r_{tabel} .

Selanjutnya, hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS 25, diperoleh bahwa nilai reliabilitasnya adalah 0,900. Hal ini termasuk pada kategori dengan reliabilitas sangat tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa 8 butir pernyataan dari variabel pembelian makanan dinyatakan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Berikut gambar hasil uji reliabilitas variabel penggunaan jasa ojek online:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,900	,901	7

Gambar 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Jasa Ojek Online

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2022

Klasifikasi derajat reliabilitas menurut Guilford (Ndiung et al., 2020) adalah sebagai berikut:

- ✓ 0,80 – 1,00 reliabilitas sangat tinggi
- ✓ 0,60 – 0,80 reliabilitas tinggi
- ✓ 0,40 – 0,60 reliabilitas sedang
- ✓ 0,20 – 0,40 reliabilitas rendah
- ✓ -1,00 – 0,20 reliabilitas sangat rendah (tidak reliable)

6. Teknik Pengumpulan Data

Setiap penelitian pasti memiliki tujuan untuk mendapatkan suatu rumusan atau hasil tertentu. Untuk mendapatkan hal tersebut suatu penelitian perlu melalui proses mencari, menemukan, mengembangkan, serta menguji. Selain itu penelitian juga biasa digunakan untuk memecahkan masalah yang ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

Metode survei dalam suatu penelitian menurut Nazir adalah suatu penelitian yang diadakan guna memperoleh fakta-fakta dari segala macam gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan faktual dari berbagai bidang pada suatu kelompok ataupun daerah tertentu (Marlyono & Pasya, 2016). Definisi lain dikemukakan oleh Singarimbun yaitu metode survei adalah suatu metode penelitian yang mengambil sample dari suatu populasi

dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama (Kabupaten et al., 2016).

Maka dalam penelitian ini peneliti menyiapkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang akan diisi oleh sample yang sudah ditentukan sebelumnya yaitu masyarakat di DKI Jakarta yang pernah menggunakan aplikasi ojek online untuk memesan makanan. Peneliti menggunakan metode survei ini karena metode ini dapat mencakup banyak responden dan juga jangkauan yang luas serta minimnya pengeluaran secara materi. Selain itu, peneliti merasa metode ini sangatlah cocok dengan penelitian yang sedang dilakukan.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan estimasi parameter model regresi. Melalui pengujian regresi yang nantinya akan menghasilkan persamaan regresi guna melihat apakah persamaan yang didapat mendekati keadaan yang sebenarnya atau tidak. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 25. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat dan juga menilai apakah sebaran data atau variabel dalam penelitian tersebut berdistribusi normal atau tidak. Dalam hal ini model regresi yang baik adalah model regresi yang terdistribusi normal.

Untuk melihat apakah model regresi yang peneliti gunakan terdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji Komolgorov Smirnov dan analisis Normal Probability Plot.

Data bisa dikatakan terdistribusi normal jika membentuk garis lurus diagonal dan juga plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal tersebut. Jika setelah dilakukan pengujian dan hasilnya data terdistribusi normal, maka data sebenarnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Untuk tolak ukur yang digunakan dalam pengambilan keputusan dengan uji statistik Komolgorov Smirnov, yaitu :

1. Jika signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
2. Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Sedangkan tolak ukur yang digunakan dalam pengambilan keputusan dengan analisis Normal Probability Plot, yaitu sebagai berikut :

1. Jika data berada dan menyebar di sekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah dari diagonal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual dari data tersebut terdistribusi normal.
2. Jika data menyebar dan berada jauh serta tidak mengikuti garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual dari data tersebut tidak terdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas ini sendiri digunakan untuk memilih model regresi yang akan digunakan nantinya. Tujuan dari uji linearitas ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan secara linear antara variabel dependen dengan variabel independen yang akan diuji (D. Rahmawati, 2013).

Uji ini biasa digunakan sebagai prasyarat dalam regresi linear. Jika suatu model yang diambil tidak memenuhi syarat linearitas maka model regresi linear tidak dapat digunakan. Pengujian uji linearitas ini dengan SPSS menggunakan *Test Of Linearity* pada taraf signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05. Variabel bisa dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi yang didapatkan pada *linearity* $< 0,05$.

Adapun tolak ukur yang digunakan untuk pengambilan keputusan dengan uji statistik, yaitu :

1. Jika signifikansi pada Linearty $< 0,05$, maka data dapat dikatakan mempunyai hubungan linear.
2. Jika signifikansi pada Lineartiy $> 0,05$, maka data tidak dapat dikatakan mempunyai hubungan linear.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana antara variabel satu dengan variabel lainnya atau variabel bebas (independen) pada model regresi yang diuji terjadi hubungan linear yang sempurna maupun mendekati sempurna. Suatu model regresi bisa dikatakan baik jika tidak terjadinya multikolinearisme. Model regresi yang baik adalah yang tidak adanya korelasi antara variabel independen yang satu dengan yang lain (Santoso, 2018). Tujuan dari uji multikolinearisme ini sendiri adalah untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi yang sedang diuji ini terdapat interkorelasi atau kolinearitas yang tinggi antar variabel bebas (independen) atau tidak (Wardhatul, In, & Asyik, n.d.).

Untuk bisa dikatakan suatu model regresi terdapat atau tidaknya multikolinearisme dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Berikut kriteria pengujian statistik dengan melihat nilai VIF, yaitu:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ artinya dalam penelitian tersebut terdapat multikolinearisme.
2. Jika nilai VIF nya ≤ 10 berarti tidak terdapat multikolinearisme dalam penelitian tersebut (Nominal et al., 2012).

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana model regresi mengalami ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka hal tersebut merupakan homokedastisitas atau tidak terjadinya heterokedastisitas, sedangkan jika varian tersebut berbeda maka hal tersebut merupakan heterokedastisitas (Ardian, 2019). Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak adanya masalah heteroskedastisitas di dalamnya. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas didalamnya, maka dapat menggunakan uji Spearman's rho yaitu dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas (independen).

Kriteria yang digunakan untuk melakukan pengujian dengan uji statistik, yaitu:

1. Jika signifikansi $> 0,05$, maka penelitian tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika signifikansi $< 0,05$, maka penelitian tersebut terjadi heterokedastisitas.

Selain menggunakan uji Spearman's rho, pengujian heteroskedastisitas juga dapat menggunakan analisis grafis. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari titik sebaran pola. Jika sebaran titik berada di atas dan di bawah dari angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk adanya suatu pola dari hasil pengujian heteroskedastisitas maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Meidiawati, 2016). Sebaliknya, jika adanya pola yang jelas dan teratur, maka hal tersebut menandakan terjadinya heteroskedastisitas.

3. Persamaan Regresi Berganda

Analisis regresi linear dalam suatu penelitian digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya yang sedang diteliti. Analisis linear yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang berguna untuk mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Y : Variabel dependen (Pembelian Makanan)

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 variabel bebas X_1

(Kepercayaan Konsumen)

β_2 : Koefisien regresi berganda antara variabel bebas X_2

(Penggunaan Jasa Ojek *Online*)

X_1 : Variabel bebas 1 (Kepercayaan Konsumen)

X_2 : Variabel bebas 2 (Penggunaan Jasa Ojek *Online*)

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan oleh variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y) (Aprilyanti, 2018).

Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Berikut kriteria pengambilan keputusan hasil uji F, yaitu:

1. $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima yang artinya adalah variabel X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y .
2. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak yang artinya adalah variabel X_1 dan X_2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y .

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individu (parsial) terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Ho : Kepercayaan Konsumen dan Penggunaan jasa ojek *online* tidak berpengaruh terhadap pembelian makanan fitur pesan antar GrabFood di DKI Jakarta

Ha : Kepercayaan Konsumen dan Penggunaan jasa ojek *online* berpengaruh terhadap pembelian makanan fitur pesan antar GrabFood di DKI Jakarta

Berikut kriteria pengambilan keputusan untuk Uji t (parsial) ini yaitu:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka diterima Ho, tolak Ha.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka diterima Ha, tolak Ho

5. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil model regresi linier berganda menunjukkan seberapa besar variabel terikat (dependen) bisa dijelaskan oleh variabel bebas (independen). Besarnya koefisien determinasi adalah 0 -1. Semakin mendekati nol, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil, artinya semakin kecil pula kemampuan model dalam menjelaskan

perubahan nilai variabel dependen. Sedangkan, jika koefisien determinasi mendekati 1, artinya semakin kuat model tersebut dalam menjelaskan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen (Syahputra, 2017)