

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini akan dilakukan selama 6 bulan dari periode Agustus 2023 sampai dengan Januari 2024.

Adapun timeline waktu penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Timeline waktu penelitian

No	Kegiatan	Agustus 2023	September 2023	Oktober 2023	Novembe r 2023	Desember 2023	Januari 2024
1.	Pengajuan Judul						
2.	Penyusunan Proposal						
3.	Penyebaran Pra riset						
4.	Seminar proposal						
5.	Penyebaran kuesioner						
6.	Analisis dan Pengolahan Data						
7.	Penyusunan BAB 4 dan 5						
8.	Seminar Akhir Penelitian						

3.2 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2020) metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data masa lampau atau sekarang tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, variabel hubungan dan untuk menguji berbagai hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data. dengan observasi (wawancara dan kuesioner) tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung digeneralisasikan. Peneliti menggunakan metode ini karena ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat yang pernah membeli atau memakai produk *skincare* The originote yang berada di DKI Jakarta. Hal ini dilakukan agar peneliti memperoleh hasil data yang tepat dan akurat.

2. Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Saat memilih sampel, metode sampling yang tepat harus digunakan agar sampel yang dipilih akurat dan menggambarkan populasi dengan tepat. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih sampel dengan mempertimbangkan berbagai faktor (Nuraeni & Suryawardani, 2017). Kriteria yang digunakan untuk memilih responden yang akan diambil sebagai sampel dievaluasi berdasarkan :

- a. Responden adalah seseorang yang pernah membeli atau memakai produk *skincare* The Originote (dalam 6 bulan terakhir)
- b. Berdomisili di DKI Jakarta
- c. Usia 13 tahun – 50 tahun
- d. Jenis kelamin (laki-laki atau perempuan)

Alasan peneliti memilih kriteria responden berusia 13 tahun adalah karena The Originote adalah merek *skincare* yang sudah memiliki beberapa rangkaian *skincare* yang di sesuaikan dengan setiap masalah kulit dan dapat digunakan mulai usia 13 tahun (remaja).

Menurut Hair et al. (2009), jumlah sampel lebih dari lima hingga sepuluh kali lipat dari jumlah indikator. Dalam penelitian ini, ada 12 indikator. Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel minimal untuk penelitian ini ialah 120 (12 x 10). Oleh karena itu, peneliti memilih jumlah sampel yang lebih besar dari 120 untuk memaksimalkan hasil penelitian, yaitu 150 orang yang menjawab. Hasil penelitian akan menjadi lebih baik dengan jumlah sampel yang lebih besar.

3.4 Pengembangan Instrumen

Pada penelitian ini, mencakup tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen yaitu *Word of mouth* (X1), dan Harga (X2), serta satu variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Berikut ini adalah definisi operasional variabel-variabel pada penelitian ini beserta indikator-indikatornya:

a. *Word of mouth*

Word of mouth (Wom) adalah pemasaran yang dihasilkan dari individu yang berbagi informasi dengan individu lain tentang suatu produk atau layanan dalam lingkungan offline secara spontan (Sirma, 2009). Untuk mempermudah penyusunan instrumen pada kusioner maka perlu digunakan kisi- kisi instrumen. Adapun kisi-kisi *word of mouth* yaitu:

Tabel 3.2 Kisi- Kisi Instrumen Variabel *Word of mouth*

Variabel	Indikator	Pernyataan
<i>Word of mouth</i> (X1)	1. Berbicara	Saya bercerita tentang kelebihan yang saya dapatkan ketika memakai produk The Originote kepada keluarga, kerabat, dan teman-teman serta sahabat saya.
		Saya mendengar orang lain menceritakan pengalaman atau kepuasannya setelah membeli dan memakai produk The Originote
		Saya akan mengajak keluarga, kerabat, teman-teman dan sahabat saya untuk membeli produk The Originote
	2. Merekomendasikan	Saya menceritakan pengalaman baik saya ketika memakai produk The Originote kepada keluarga, kerabat, dan teman-teman serta sahabat saya
		Saya mempromosikan tentang kualitas dan harga produk The Originote kepada keluarga, kerabat, dan teman-teman serta sahabat saya

		Saya merekomendasikan produk The originote kepada keluarga, kerabat, dan teman- teman serta sahabat saya
	3.Memotivasi	Saya pernah menyarankan untuk membeli dan memakai produk The Originote kepada keluarga, kerabat, dan teman-teman serta sahabat saya
		Saya meyakinkan keluarga, kerabat, dan teman-teman serta sahabat saya untuk membeli produk The Originote
		Pengalaman orang lain mempengaruhi saya untuk membeli produk The Originote

Sumber: (Nur Asia, 2020)

b. Harga

Menurut Suharsono dalam (Nurfauzi et al., 2023) harga adalah total nilai yang dibayarkan konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk membeli produk atau jasa. Untuk mempermudah penyusunan instrumen pada kusioner maka perlu digunakan kisi- kisi instrumen. Adapun kisi-kisi harga yaitu:

Tabel 3 3 Kisi- Kisi Instrumen Variabel Harga

Variabel	Indikator	Pernyataan
Harga (X2)	1. Keterjangkauan harga	Harga The originote sangat terjangkau bagi pelajar atau masyarakat
		Harga yang ditawarkan The Originote sesuai dengan daya beli masyarakat
		Harga The originote sangat ramah kantong pada pelajar/mahasiswa
	2. Kesesuaian dengan kualitas produk	Harga The originote sesuai dengan kualitas produk yang diberikan
		Harga yang ditawarkan The Originote memiliki kualitas yang baik
		Harga The originote sesuai

		dengan ulasan produk pada marketplace online
	3. Daya saing harga	Harga The originote mampu bersaing dengan produk <i>skincare</i> yang terkenal lainnya
		Harga The Originote lebih murah dibanding dengan harga pesaing lainnya
		Harga The Originote memiliki keunggulan kualitas dibanding dengan produk <i>skincare</i> lainnya pada harga yang sama
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga The originote sesuai dengan kegunaan manfaatnya pada kulit
		Harga The Originote sesuai dengan manfaat perubahan kulit yang dirasakan
		Manfaat The Originote memiliki perubahan yang lebih unggul dibanding dengan produk <i>skincare</i> lainnya pada harga yang sama

Sumber: (Riau Rahmat Hidayat, 2018)

c. Keputusan Pembelian

Sebelum membuat keputusan pembelian, pembeli mempelajari masalah, memeriksa produk atau merek, dan menilai seberapa baik masing-masing alternatif dapat menyelesaikan masalah tersebut merupakan definisi operasional keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2012). Untuk mempermudah penyusunan instrumen pada kusioner maka perlu digunakan kisi- kisi instrumen. Adapun kisi-kisi keputusan pembelian yaitu:

Tabel 3.4 Kisi- Kisi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Keputusan pembelian (Y)	1. Pemilihan produk	Saya membeli atau memakai produk The Originote karena produk <i>skincare</i> yang bermanfaat dan memiliki kualitas terbaik bagi saya
		Produk yang ditawarkan The originote mewakili keinginan dan kebutuhan diri saya
		Kemasan produk The Originote lebih unik dan inovatif dari produk lainnya
	2. Pemilihan	Merek yang dijual produk The originote

	merek	adalah merek yang terkenal luas dan banyak diketahui oleh masyarakat
		Saya tidak menemukan produk yang kadaluarsa pada merek The originote
		Merek The Originote mudah diingat
	3. Pemilihan penyalur	Saya memilih online shop yang memasarkan The originote karena praktis dan mudah
		Semua produk The originote yang saya butuhkan ada di Tiktok shop dan marketplace lainnya
		Saya melakukan pembelian pada produk The Originote karena promosi yang ditawarkan di online shop lebih menarik
	4. Waktu pembelian	Saya membeli produk The originote saat produk yang saya butuhkan telah habis paling tidak 3 bulan sekali melakukan pembelian ulang lagi
		Saya memilih marketplace atau tiktok shop saat akan membeli produk The originote lagi
		Produk The Originote selalu tersedia sehingga saya bebas kapanpun melakukan pembelian ulang
	5. Jumlah pembelian	Produk The originote memiliki jumlah produk <i>skincare</i> yang banyak dan selalu tersedia
		Setiap produk <i>skincare</i> saya habis, saya selalu membeli produk The originote lebih dari satu produk
		Saya membeli The Originote sesuai dengan jumlah minimum yang ditetapkan
		Saya pernah membelikan produk The Originote pada keluarga, kerabat, dan teman-teman serta sahabat saya

Sumber: (Nur Asia, 2020)

Pada penelitian ini, model skala likert digunakan untuk memformat jawaban dari pertanyaan atau pernyataan penelitian. Skala Linkert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, menurut Sugiyono (2020). Berikut ini adalah lima kriteria skala linkert pada penelitian ini :

Tabel 3. 5 Skala Likert

Alternatif jawaban	Diberi skor
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Netral (N)	3
4. Tidak Setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Data diolah oleh peneliti

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan dua cara, yaitu: teknik komunikasi dan teknik observasi. Teknik komunikasi dilakukan untuk memperoleh data primer yakni dengan menggunakan metode angket atau kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2020), kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan tertulis kepada peserta untuk dijawab. Metode kuesioner ini merupakan teknik yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengerti apa yang diharapkan dari narasumber. Responden diberikan pertanyaan melalui Google Formulir, dan data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan langsung dari responden. Sementara itu, untuk teknik observasi dilakukan dengan memanfaatkan informasi yang dikumpulkan dari buku, jurnal, artikel, dan dokumen lain yang dapat ditemukan di internet yang sekiranya dapat mendukung penelitian ini.

1. Uji Validitas

Uji validitas didefinisikan sebagai persamaan antara data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian dan data yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono,

2020). Jika pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan apa yang akan diukur oleh kuesioner, dapat dikatakan valid atau setidaknya valid.

(Janna & Herianto, 2021) menjelaskan pengujian validitas yang menghubungkan skor konstruk total dengan masing-masing item indikator. Digunakan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. H_0 diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan dinilai valid.
- b. H_0 ditolak apabila $r_{statistik} \leq r_{tabel}$, maka item pernyataan dinilai tidak valid.

Cara menentukan besar nilai R tabel:

$R_{tabel} = df (N-2)$, tingkat signifikansi uji dua arah.

Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner untuk masing-masing variabel tersebut valid. Perhitungan validitas dilakukan dengan menggunakan Statistic Package for Social Science (SPSS) versi 26. Untuk menguji validitas instrumen, kuesioner di uji coba kepada 30 orang pengguna produk *skincare* The Originote diluar sampel. Pengujian validitas dilakukan kepada 30 responden dikarenakan agar hasil pengujian mendekati kurva normal (Sugiyono, 2020).

Tabel berikut menunjukkan hasil uji coba validitas penelitian ini:

Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Validitas

Variabel	Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Word of mouth</i> (X1)	X1.1	0,713	0,361	Valid
	X1.2	0,717	0,361	Valid
	X1.3	0,740	0,361	Valid
	X1.4	0,578	0,361	Valid
	X1.5	0,529	0,361	Valid
	X1.6	0,661	0,361	Valid
	X1.7	0,861	0,361	Valid
	X1.8	0,660	0,361	Valid
	X1.9	0,479	0,361	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,652	0,361	Valid
	X2.2	0,575	0,361	Valid
	X2.3	0,556	0,361	Valid
	X2.4	0,561	0,361	Valid
	X2.5	0,432	0,361	Valid
	X2.6	0,460	0,361	Valid
	X2.7	0,563	0,361	Valid
	X2.8	0,536	0,361	Valid
	X2.9	0,477	0,361	Valid
	X2.10	0,579	0,361	Valid
	X2.11	0,621	0,361	Valid
	X2.12	0,626	0,361	Valid
Keputusan	Y1	0,626	0,361	Valid
Pembelian (y)	Y2	0,705	0,361	Valid
	Y3	0,600	0,361	Valid
	Y4	0,606	0,361	Valid
	Y5	0,575	0,361	Valid
	Y6	0,464	0,361	Valid
	Y7	0,681	0,361	Valid
	Y8	0,648	0,361	Valid

Y9	0,747	0,361	Valid
Y10	0,544	0,361	Valid
Y11	0,701	0,361	Valid
Y12	0,629	0,361	Valid
Y13	0,693	0,361	Valid
Y14	0,672	0,361	Valid
Y15	0,522	0,361	Valid
Y16	0,487	0,361	Valid

Sumber : Diolah pada tahun (2023)

Berdasarkan tabel yang disajikan di atas menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan variabel memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel. Maka dapat dinyatakan, item-item pertanyaan dalam kuesioner dianggap "Valid".

2. Uji Reabilitas

Arikunto dalam Asnawi dan Masyhuri (2011) menyatakan bahwa karena kualitasnya yang tinggi, alat ini cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Sugiyono (2020) uji reabilitas mengidentifikasi kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan di uji merupakan pernyataan atau pertanyaan yang sudah valid. *Cronbach's alpha* yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitasnya. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

- a. Jika nilai *cronbach's alpha* $\alpha > 0,60$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.

- b. Jika nilai *cronbach's alpha* $< 0,60$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

Setelah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan Statistic Package for Social Science (SPSS) versi 26 maka dapat diperoleh nilai koefisien reliabilitasnya. Uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan pada kuesioner. Kriteria pengambilan keputusan menentukan reliabilitas instrumen, yaitu jika nilai *r* (*cronbach's alpha*) lebih besar dari 0,60 maka instrumen tersebut dianggap reliabel, dan jika nilainya lebih rendah dari 0,60 maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel. Untuk menguji validitas instrumen, kuesioner di uji coba kepada 30 orang pengguna The Originote diluar sampel.

Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Coba Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
1	<i>Word of mouth</i>	0,836
2	Harga	0,790
3	Keputusan Pembelian	0,884

Sumber : Diolah pada 2023

Hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, yang menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel.

3.6 Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah persyaratan statistik untuk analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi bebas dari kesalahan (bias). Dimana jika kesalahan ini membuat hasil regresi valid, maka tidak dapat digunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan (Asfihan, 2021).

Ada beberapa jenis uji asumsi klasik dalam ilmu statistika, namun yang sering digunakan pada penelitian adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Tidak ada persyaratan khusus untuk urutan tes yang harus dipenuhi, sehingga analisis dapat dilakukan berdasarkan data yang tersedia.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residu terdistribusi normal. Model regresi yang baik memiliki residu yang terdistribusi normal, jadi tes normalitas dilakukan untuk nilai residu, bukan untuk semua variabel. Akibatnya, seringkali kesalahan terjadi jika tes normalitas dilakukan untuk semua variabel. Meskipun tidak dilarang, model regresi memerlukan normalitas untuk nilai residual daripada variabel penelitian.

Normal probabilitas plot adalah alat diagnosis yang digunakan untuk memeriksa data dengan distribusi normal. Model regresi memenuhi asumsi normalitas data jika data tersebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal.

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi linier berganda. Jika ada, uji ini akan mengganggu hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Alat statistik yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi gangguan multikolinieritas adalah Variansi faktor inflasi (VIF), korelasi Pearson antara variabel independen atau pertimbangan nilai eigen dan indeks kondisi. Nilai cutoff umum untuk menunjukkan multikolinearitas adalah nilai tolerabilitas $<0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah ada perbedaan yang tidak sama antara dua residu. Ada kesamaan dalam varians antara residu dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, yang merupakan salah satu ciri model regresi yang memenuhi persyaratan. Dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediktif) dan SRESID (nilai sisa), bukti heteroskedastisitas dapat dibuat dengan menggunakan metode scatterplot. Ketika grafik tidak mengandung pola tertentu, seperti berkumpul di tengah, menyempit, atau memperbesar atau sebaliknya memperbesar dan memperkecil, model itu baik. Tes statistik seperti Glejser, Park, atau Wei dapat digunakan. Jika model melanggar asumsi heteroskedastisitas, ada opsi lain untuk mengubahnya menjadi bentuk logaritmik. Ini tidak dapat dilakukan kecuali semua data positif. Atau, setiap variabel dapat dipisahkan dengan variabel heteroskedastisitas.

2. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2020), analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data sebagaimana adanya tanpa mencapai kesimpulan umum atau generalisasi. Jadi secara teknis dapat diketahui bahwa, dalam analisis deskriptif tidak ada uji signifikansi, tidak ada taraf kesalahan, karena peneliti tidak bermaksud membuat generalisasi. Analisis deskriptif digunakan untuk menunjukkan frekuensi masing-masing item variabel, dengan skala satu hingga lima. Dimana deskripsi responden tersebut akan ditampilkan dalam bentuk tabel dengan uraian.

3. Koefisien Korelasi

Analisis Koefisien Korelasi adalah metode analisis dan pengolahan data statistik yang digunakan untuk menentukan apakah dua variabel atau lebih memiliki hubungan atau tidak (Sugiyono, 2020). Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga $+1$ ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut :

- a. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diakui dengan kenaikan dan penurunan Y . Jika $r = +1$ atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
- b. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan

nilai Y dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau mendekati -1 maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.

- c. Jika $r = 0$ atau mendekati 0 maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji.

Rumus yang digunakan untuk koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2 y^2)}}$$

Dimana :

r_{xy} = korelasi antara variabel x dan y

x = $(X_i - \bar{X})$

y = $(Y_i - \bar{Y})$

Berikut di bawah ini adalah tabel pedoman untuk memberikan interpretasi korelasi, sebagai berikut:

Tabel 3. 8 Pedoman Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Koefisien Korelasi
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2020)

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Ada tidaknya pengaruh signifikan dari variabel bebas, yang terdiri dari *word of mouth* dan harga terhadap variabel terikat keputusan pembelian, ditentukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Seperti yang

dinyatakan oleh Santosa dan Ashari (2005) dan Asnawi dan Masyhuri (2011), persamaan regresi linier berganda adalah persamaan regresi yang menggunakan dua atau lebih variabel independen. Rumus untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dengan keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Koefisien konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1, X_2 = *Word of mouth* dan harga

E = Standar erorr (kesalahan)

5. Uji T

Menurut (Sugiyono, 2020) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk menentukan apakah masing-masing kontribusi variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan koefisien regresi masing-masing variabel bebas apakah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *significance* t dibandingkan dengan taraf nyata (α) yang digunakan sebesar (5% = 0,05) dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikansi $t <$ taraf signifikansi 0,05, maka variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b. Jika nilai signifikansi $t >$ taraf signifikansi 0,05, maka variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

6. Uji F

Menurut (Sugiyono, 2020) Uji F digunakan untuk menentukan apakah ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen secara simultan. Adapun rumus untuk menguji tingkat signifikansi variabel sebagai berikut:

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

Keterangan:

F = Pengujian secara serempak

K = Banyaknya variabel bebas

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah responden

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai *significance* F dibandingkan dengan taraf nyata (α) yang digunakan sebesar (5% = 0,05) untuk menentukan daerah kritis, dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikansi $F <$ taraf signifikansi 0,05, maka variabel independen secara serempak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

- b. Jika nilai signifikansi $F >$ taraf signifikansi 0,05, maka variabel independen secara serempak tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

7. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Supardi (2017) menyatakan koefisien determinasi adalah tingkat variabel X terhadap variabel Y yang dinyatakan dalam persentase (%). persentase diperoleh dengan terlebih dahulu mengkuadratkan koefisien korelasi dikalikan 100%. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Koefisien determinasi dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi berganda