

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data empiris dan fakta yang tepat (sahih, benar dan *valid*), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) mengenai:

1. Hubungan antara kepercayaan dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara *electronic word of mouth* dengan keputusan pembelian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasannya karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan, bahwa di tempat tersebut memiliki masalah mengenai keputusan pembelian secara *online* melalui *e-commerce* Lazada pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, faktor keterjangkauan yaitu, kesediaan Dekan Fakultas Ekonomi menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di lingkungan tersebut, sehingga memberi kemudahan dalam proses pengambilan data.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 6 (enam) bulan, yaitu terhitung dari bulan Januari 2018 sampai dengan Juni 2018. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”¹. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Kerlinger berpendapat bahwa:

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief ofbehavior*².

Dapat diterjemahkan bahwa, penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 3

² *Ibid.*, hlm. 12

yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survey berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan antar variabel dan apabila ada, seberapa erat serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas (Kepercayaan) yang diberi simbol X_1 dengan variabel terikat (Keputusan Pembelian) yang diberi simbol Y dan variabel bebas (*Electronic Word of Mouth*) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (Keputusan Pembelian) yang diberi simbol Y.

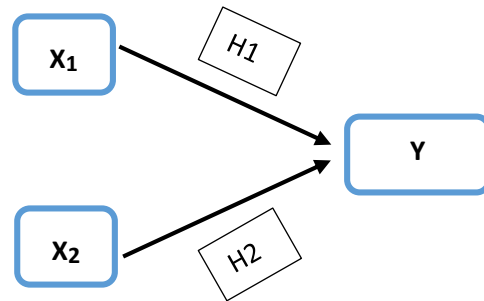
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

H1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan dengan keputusan pembelian.

H2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *electronic word of mouth* dengan keputusan pembelian.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

Variabel Bebas (X_1) : Kepercayaan

Variabel Bebas (X_2) : *Electronic Word of Mouth*

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

Populasi yaitu “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”³.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang melakukan pembelian di *E-Commerce* Lazada. Hal ini didasarkan pada *survey* awal melalui wawancara dan angket pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, bahwa banyak konsumen yang telah melakukan pembelian di *e-commerce* lazada.

³ *Ibid.*, hlm. 119

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁴.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan cara *purposive sampling*. Sugiyono mendefinisikan, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”⁵.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang telah melakukan keputusan pembelian di *e-commerce* lazada yang berjumlah 121 orang (daftar nama terdapat pada lampiran 51 hal. 167).

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan untuk meneliti tiga variabel yaitu kepercayaan (variabel X_1 /variabel bebas) dan *electronic word of mouth* (X_2 /variabel bebas) serta keputusan pembelian (variabel Y /terikat). Instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan di mana konsumen memilih salah satu di antara beberapa alternatif yang sesuai dengan tujuan sebelum melakukan pembelian.

⁴ *Ibid.*, hlm. 120

⁵ *Ibid.*, hlm. 126

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan beberapa dimensi yaitu dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama stimuli internal dan sub indikator yaitu diri sendiri, indikator kedua stimuli eksternal dengan sub indikator yaitu pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama yaitu sumber pribadi dengan sub indikator pertama yaitu keluarga, sub indikator kedua yaitu teman, indikator yang kedua yaitu sumber komersial dengan sub indikator pertama ialah iklan, indikator yang ketiga sumber pengalaman dengan sub indikator yaitu pernah menggunakan. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator pertama yaitu memilih diantara dua atau lebih alternatif jasa. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikator pertama yaitu membeli jasa yang disukai.

c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 1.

Tabel III. 1 Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji coba		Drop	No.Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)

Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	1, 12, 22, 31	7, 9		1, 12, 22, 31	7, 9	1, 11, 21, 28	6, 8
	Rangsangan Eksternal	Pengaruh Orang Lain	2, 13, 23	8		2, 13, 23	9	2, 12, 22	7
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Keluarga	3, 14, 24, 29, 32	19	3	14, 24, 29, 32	19	13, 23, 29	18
		Teman	4			4		3	
	Sumber Komersial	Iklan	5, 15, 25, 33	20	33	5, 15, 25	20	4, 14, 24	19
	Sumber Pengalaman	Pernah Menggunakan	6, 16, 26	21, 28	26, 28,	6, 16	21	5, 15	20
Evaluasi Alternatif	Memilih diantara dua atau lebih alternatif		10, 17, 27, 34	29		10, 17, 27, 34	29	9, 16, 25, 30	26
Pembelian	Membeli melalui <i>e-commerce</i> yang disukai		11, 18, 35	30		11, 18, 35	30	10, 17, 31	27,

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 2 Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada Tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{ixt}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 6$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 4 halaman 105) dari 35 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 31 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 7$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

⁶ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), hlm. 86

⁷ *Ibid.*, hlm. 89

st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,61$ $St^2 = 297,67$ dan r_{ii} sebesar 0,94654 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 109). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 31 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Kepercayaan

a. Definisi Konseptual

Kepercayaan adalah keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu berdasarkan pengetahuan dan penilaian.

⁸ Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2005), hlm. 94

b. Definisi Operasional

Kepercayaan dapat diukur dengan beberapa dimensi dan indikator yaitu dimensi pertama adalah integritas (kejujuran) dengan indikator keamanan bertransaksi, vendor *online* yang dapat dipercaya, dan toko *online* yang dipercaya. Dimensi kedua adalah *benevolence* (niat baik) dengan indikator pelayanan yang baik dan pelayanan situs web. Dimensi ketiga adalah *competency* (kemampuan) dengan indikator jaminan kepuasan. Dan dimensi keempat adalah *predictability* (konsistensi) dengan indikator konsistensi vendor *online*.

c. Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3.

Tabel III. 3 Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan (Variabel X₁)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Integritas (Kejujuran)	Kemanan bertransaksi		2, 8, 16, 23	6, 7	7	2, 8, 16, 23	6	2, 7, 15, 22	6
	Vendor <i>online</i> yang	Menjual produk yang sesuai	1, 9, 17, 24	13,		1, 9, 17, 24	13	1, 8, 16, 23	12,

	dapat dipercaya								
<i>Benevolence</i> (niat baik)	Pelayanan yang baik	Pelayanan situs web	3, 10, 18, 25, 30	14, 15	30	3, 10, 18, 25	14, 15	3, 9, 17, 24	13, 14,
<i>Competency</i> (kemampuan)	Jaminan kepuasan		4, 11, 19 26	21, 22		4, 11, 19 26	21, 22	4, 10, 18, 25	20, 21
<i>Predictability</i> (konsistensi)	Konsistensi vendor <i>online</i>		5, 12, 20, 27	28, 29		5, 12, 20, 27	28, 29	5, 11, 19, 26	27, 28

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 4 Skala Penilaian Instrumen Kepercayaan

No	Alternatif Jawaban	Item	Item
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kepercayaan

Proses pengembangan instrumen kepercayaan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kepercayaan terlihat pada Tabel III.3. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepercayaan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kepercayaan sebagaimana tercantum pada Tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

⁹ Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*.

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 10 halaman 112) dari 30 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 28 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 89

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad ^{11}$$

Dimana:

S_i^2 = Simpangan baku
 n = Jumlah populasi
 $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X
 $\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 1,18$ $St^2 = 224,69$ dan r_{ii} sebesar 0,953 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 116). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 28 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kepercayaan.

3. *Electronic Word Of Mouth*

a. Definisi Konseptual

Electronic word of mouth adalah komunikasi informal dari satu konsumen ke konsumen lain yang berisi informasi mengenai sebuah merek, produk, atau layanan dengan menggunakan sarana elektronik.

b. Definisi Operasional

Electronic word of mouth dapat diukur dengan beberapa dimensi yaitu dimensi pertama adalah *general persuasive* dengan indikator ulasan konsumen, dimensi kedua adalah *credibility* dengan indikator informasi yang dapat dipercaya,

¹¹ Sudjana, *loc.cit.*.

dan dimensi ketiga adalah *susceptibility* dengan indikator mencari informasi dari orang lain.

c. Kisi-Kisi Instrumen *Electronic Word Of Mouth*

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *electronic word of mouth* yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *electronic word of mouth*. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 5.

Tabel III. 5 Kisi-Kisi Instrumen *Electronic Word Of Mouth* (Variabel X2)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji coba		Drop	No.Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>General Persuasive</i>	Ulasan konsumen	Ulasan Positif	1, 7, 14, 22		1	7, 14, 22		6, 12, 20	
		Ulasan Negatif	2, 8, 15, 23	6		2, 8, 15, 23	6	1, 7, 13, 21	5
<i>Information Credibility</i>	Informasi dari internet		3, 9, 16	12, 13	13	3, 9, 16	12	2, 8, 14	11
	Informasi dari situs web lazada		4, 10, 17,	19		4, 10, 17	19	3, 9, 15	17
<i>Susceptibility</i>	Pengaruh konsumen lain		5, 11, 18, 24	20, 21		5, 11, 18, 24	20, 21	4, 10, 16, 22	18, 19

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan.

Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 6 Skala Penilaian Instrumen Electronic Word Of Mouth

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen *Electronic Word Of Mouth*

Proses pengembangan instrumen *electronic word of mouth* dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel *electronic word of mouth* terlihat pada Tabel III.5. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel *electronic word of mouth*.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir

indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel *electronic word of mouth* sebagaimana tercantum pada Tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 12$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 16 halaman 119) dari 24 pernyataan tersebut,

¹² Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*.

setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]^{13}$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{14}$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

¹³ *Ibid.*, hlm. 89

¹⁴ Sudjana, *loc.cit.*.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,067$, $S_t^2 = 97,86$ dan r_{ii} sebesar 0,909 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 123). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *electronic word of mouth*.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier sederhana dan korelasi. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji statistik *Kolmogrov Smirnov* dengan menggunakan SPSS versi 24.0.

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : data berdistribusi normal
- 2) H_a : data tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistik *Kolmogrov Smirnov*, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusikan normal.

b. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”¹⁵.

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_i \quad ^{16}$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

¹⁵ Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), hlm. 180

¹⁶ Sugiyono, *op.cit*, hlm. 247.

b = koefisien regresi variabel bebas

3. Uji Hipotesis

a. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X_1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel X_2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan menggunakan SPSS versi 24.0.

b. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan kepercayaan (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan *electronic word of mouth* (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas sig. $< 0,05$
2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai probabilitas sig. $> 0,05$

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X_1, X_2, \dots, X_k), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y .

