

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti memilih di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan di tempat tersebut memiliki masalah mengenai keputusan pembelian secara *online* melalui *e-commerce* Lazada pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta di antaranya, yaitu rendahnya kualitas *website* dan buruknya *electronic word of mouth*.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 6 (enam) bulan, yaitu dimulai dari bulan Agustus 2019 sampai bulan Januari 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti untuk mencurahkan perhatian dalam melakukan penelitian.

B. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu (Sugiyono,

2014:3). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti memilih metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

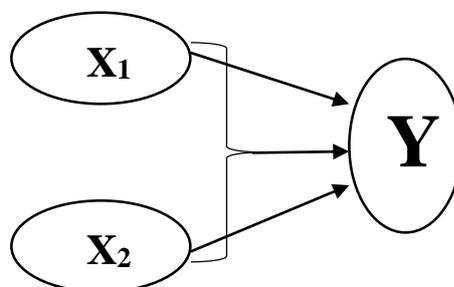
Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan memilih pendekatan korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Jika terdapat hubungan, seberapa erat hubungan dan seberapa berarti hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat diketahui hubungan variabel bebas (kualitas *website*) yang diberi simbol X_1 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan hubungan variabel bebas (*electronic word of mouth*) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. **Konstelasi Hubungan Antar Variabel**

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas *website* dengan keputusan pembelian.
- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *electronic word of mouth* dengan keputusan pembelian.
- c. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas *website* dan *electronic word of mouth* dengan keputusan pembelian.

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



Keterangan:

Gambar III. 1. Konstelasi X1 dan X2 (Kualitas Website dan Electronic Word of Mouth dengan Y (Keputusan Pembelian))

Variabel Bebas (X_1) : Kualitas Website

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

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:119).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui wawancara, kuesioner dan observasi menggunakan beberapa pernyataan diketahui bahwa terdapat hubungan keputusan pembelian mahasiswa terhadap *e-commerce* Lazada.

2. Sampel

Menurut Suryani (2017:192) sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Menurut Sugiyono (2014: 126) mengatakan bahwa, *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

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 120 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu kualitas website (variabel X_1), *electronic word of mouth* (variabel X_2) dan keputusan pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan 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.

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 IV. 1. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Kebutuhan	Stimuli Internal	Diri Sendiri	6	1		6	1	5	1
	Stimuli Eksternal	Pengaruh Orang Lain	9			9		8	
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Keluarga		2			2		2
		Teman	8			8		7	
	Sumber Komersial	Iklan	5	3	3	5		4	
	Sumber Pengalaman	Pernah Menggunakan	11			11		10	
Evaluasi Alternatif	Memilih antara dua atau lebih alternatif		10			10		9	
Pembelian	Membeli melalui penyedia jasa yang disukai		4, 7			4, 7		3, 6	

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.2 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.2. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeritas 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 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

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 6 halaman 95) dari 11 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 1 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 10 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:

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

r_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

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

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

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 $Si^2 = 0,65$, $St^2 = 14,38$ dan r_{ii} sebesar 0,824 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 7 halaman 96). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 10 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. **Kualitas Website**

a. **Definisi Konseptual**

Kualitas web merupakan segala aspek yang berkaitan dengan informasi dan layanan *online* yang digunakan oleh konsumen selama berinteraksi dengan *website*.

b. **Definisi Operasional**

Terdapat enam dimensi untuk mengukur kualitas dari sebuah *website*, dimensi pertama yaitu *Information* dengan indikator pertama yaitu kualitas informasi dan indikator kedua yaitu kuantitas informasi, dimensi kedua adalah *Ease of Use*, dimensi ketiga adalah *Realibility* dengan indikator sesuai dengan deskripsi, dimensi keempat adalah *Site Design* dengan indikator pertama yaitu grafis, indikator kedua yaitu warna, indikator ketiga yaitu penggunaan gambar, indikator keempat yaitu ikon dan indikator kelima yaitu animasi, dimensi kelima adalah *Privacy* dengan indikator pertama yaitu tingkat keamanan dan indikator kedua yaitu perlindungan, dimensi keenam yaitu *Interactivity* dengan indikator pertama yaitu sesuai dengan kebutuhan, indikator kedua yaitu membangun hubungan *privilege* dan indikator ketiga yaitu memodifikasi isi secara *real-time*.

c. **Kisi-kisi Instrumen Kualitas Website**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas *website* yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang

digunakan untuk mengukur variabel kualitas *website*. 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 Kualitas *Website*

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Information</i>	Kualitas Informasi	12	7		12	7	10	6
	Kuantitas Informasi	8	13	13	8		7	
<i>Ease of Use</i>		22	1	1	22		17	
<i>Reliability</i>	Sesuai dengan Deskripsi	11	14	11		14		11
<i>Site Design</i>	Grafis	20	3		20	3	15	2
	Warna	15	21		15	21	12	16
	Penggunaan Gambar	2	16		2	16	1	13
	Ikon	17	6	17		6		5
<i>Privacy</i>	Keamanan	4	23		4	23	3	18
	Perlindungan	5	18		5	18	4	14
<i>Interactivity</i>	Sesuai dengan Kebutuhan	10	19	19	10		9	
	Memodifikasi secara Real-Time	9	24	24	9		8	

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 Kualitas Website

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 Kualitas Website

Proses pengembangan instrumen *electronic* kualitas *website* dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel *electronic* kualitas *website* terlihat pada tabel III.4 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas *website*.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas *website* sebagaimana tercantum pada tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeritas 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 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

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 11 halaman 101) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 6 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 18 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:

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

r_{ii} = Reliabilitas instrument

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:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

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 $Si^2 = 0,60$, $St^2 = 52,62$ dan r_{ii} sebesar 0,8547 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 102). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 18 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas website.

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, 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*

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
General Persuasive	Ulasan Konsumen	7, 11	1, 6	6	7, 11	1	6, 10	1
Credibility	Informasi yang Dapat di Percaya	2, 4, 10			2, 4, 10		2, 4, 9	
Susceptibility	Mencari Informnasi dari Orang Lain	5, 8	3, 9		5, 8	3, 9	5, 7	3, 8

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. 6. 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. 6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeritas 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 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

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 106) dari 11 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 1 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 10 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:

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

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

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

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 0,41$, $St^2 = 18,88$ dan r_{ii} sebesar 0,8025 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 107). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 10 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *electronic word of mouth*.

E. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Nirmala dan Janie (2012:35) uji normalitas data dilakukan untuk melihat apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Syarat dalam analisis parametrik yaitu distribusi data harus normal. Pengujian menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak. Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik Kolmogrov-Smirnov yaitu:

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

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis grafik (normal probability) yaitu sebagai berikut:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

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. Menurut Nirmala dan Janie (2012:35) variabel

dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05.

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 Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua dan atau lebih variabel independent (explanatory) terhadap satu variabel dependen. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda menurut Nirmala dan Janie (2012:13) dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat (keputusan pembelian)

X_1 = variabel bebas pertama (kualitas *website*)

X_2 = variabel bebas kedua (*electronic word of mouth*)

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

b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X_1 (kualitas *website*)

b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_2 (*electronic word of mouth*)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Kuncoro (2011:106) bahwa, uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel dependen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, atau menurut Kuncoro (2011:107)

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq b_2 = \dots \neq b_k \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

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

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Berdasarkan pendapat Kuncoro (2011:111) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau menurut Kuncoro (2011:106).

$$H_0 : \beta_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : \beta_i \neq 0$$

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. Analisis Korelasi Ganda

Menurut Santosa dan Hamdani (2007:289) analisis korelasi ganda merupakan analisis terhadap suatu fenomena yang menunjukkan hubungan sebab akibat dimana suatu *variable* terikat ditentukan oleh lebih

dari satu *variable* bebas. Analisis korelasi ganda ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.

5. Perhitungan Koefisien Determinasi

Menurut Siagian dan Sugiarto (2006:259) koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari *variable* penjelas terhadap *variable* respon. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linear X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X).