

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional, adapun penelitian korelasional merupakan penelitian dengan tujuan untuk menemukan keberadaan hubungan atau ketergantungan antara dua atau lebih aspek atau faktor dalam suatu situasi dan kondisi tertentu. Penelitian ini menguji apakah terdapat hubungan antara dua atau lebih aspek atau faktor tersebut terhadap suatu fenomena¹

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dalam proses pelaksanaan penelitiannya banyak menggunakan angka-angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran, sampai pada hasil atsu pada penarikan kesimpulannya. Adapun dalam pemaparannya penelitian ini lebih banyak menampilkan dan memaknai angka-angka disertai dengan gambar, table, grafik, atau tampilan lainnya.²

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Tempat Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jahe Rempah Mbah Tolok yang terletak di Jalan Pejaten, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus atau tepatnya di sebelah utara Tugu Adipura Kudus.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Februari 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022, dimana waktu tersebut memuat dari tahap pra penelitian hingga dilaksanakannya penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua objek yang menunjukkan jumlah dan karakteristik ciri-ciri tertentu yang ditetapkan untuk diambil kesimpulan. Dalam suatu penelitian, peneliti jarang

¹ Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian Sebuah Pengenalan Dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 48

² Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: MPI Fakultas Ilmu Tarbiah Dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, 2017), 17

menggunakan populasi atau semua objek. Peneliti biasanya menggunakan bagian dari seluruh objek penelitian yang diharapkan bisa mewakili atau merefleksikan karakteristik dari seluruh objek yang diteliti.³ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Jahe Rempah Mbah Tolok Kudus,

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik objek penelitian yang dimiliki oleh populasi, jumlah sampel yang diambil diharapkan bisa mewakili karakteristik populasi, meskipun penelitian menggunakan sampel, kesimpulan diberlakukan untuk populasi.⁴ Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Non Probability Sampling*, yang mana metode ini setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probabilitas anggota tertentu untuk terpilih tidak diketahui.⁵ Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Sampling Insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok sebagai sumber data.⁶

Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus Cochran:⁷

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel yang diperlukan
- p = Peluang benar 50% = 0,5
- q = peluang salah 50% = 0,5
- Z = Tingkat kepercayaan/ signifikan (95% = 1,96)
- e = tingkat kesalahan sampel 10%

³ Ratnawati Marginingsih Dkk., *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019), 73

⁴ Ratnawati Marginingsih Dkk., *Metode Penelitian Bisnis*, 73

⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: KENCANA, 2017), 33

⁶ V. Wiratna Sujarweni Dan Poly Endrayanto, *Statistika Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 16

⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, 34

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel yang akan digunakan adalah:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

n = 96, 04 atau dibulatkan menjadi 100 sampel (orang)

Sehingga jumlah sampel yang akan dipakai pada penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan konsumen Jahe Rempah Mbah Tolok Kudus.

D. Desain dan Definisi Operasional

1. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang memberikan reaksi/ respon jika dihubungkan dengan variabel bebas atau independen. Variabel dependen ini dapat diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas atau independen. Adapun pada penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah:

Y= Keputusan Pembelian

2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independen merupakan jenis variabel yang dapat diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.⁸ Pada penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah sebagai berikut:

- X1 = *Customer review*
- X2 = *Social Media Marketing*
- X3 = *Green Marketing*

Tabel 3. 1
Definisi Operasional

No.	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	<i>Customer Review (XI)</i>	<i>Customer review</i> ialah layanan yang mengijinkan konsumen untuk	a. Manfaat yang dirasakan b. Kredibilitas sumber c. Kualitas	<i>Likert</i>

⁸ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 2nd edn (Yogyakarta: Suluh Media, 2018), 53-54

No.	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
		secara leluasa dan gampang menulis tanggapan serta pandangan mereka secara <i>online</i> tentang produk ataupun pelayanan dimana ini dapat memberikan <i>impact</i> besar terhadap <i>purchase decision</i> dari seorang pengunjung. ⁹	argumentasi d. Valensi e. Jumlah ulasan ¹⁰	
2.	<i>Social Media Marketing</i> (X2)	<i>Social media marketing</i> adalah sebuah reaksi yang menggerakkan individu untuk melakukan promosi produk atau layanan mereka melalui saluran sosial <i>online</i> dan untuk berkomunikasi dengan	a. <i>Content Creation</i> b. <i>Content Sharing</i> c. <i>Connecting</i> d. <i>Community Building</i> ¹²	<i>Likert</i>

⁹ Fitriani Latief and Nirwana Ayustira, 'Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla', *Jurnal Mirai Management*, 4.2 (2020), 140

¹⁰ Mufid Suryani, Nida Nusaibatul Adawiyah, and Erlin Beliya Syahputri, 'Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19', *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1.1 (2022), 54-55

<<https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>>.

¹² Sarah, Hurriyati, and Hendrayati.

No.	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
		memanfaatkan kelompok yang jauh lebih besar yang memiliki peluang lebih besar untuk melakukan pemasaran daripada melalui saluran periklanan tradisional. ¹¹		
3.	<i>Green Marketing</i> (X3)	<i>green marketing</i> merupakan aktivitas dari sebuah pemilik usaha dengan tujuan untuk menghasilkan serta memenuhi kebutuhan konsumen dengan jalan mengurangi sebanyak mungkin dampak kerusakan pada lingkungan. ¹³	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk ramah lingkungan b. Harga premium c. Saluran distribusi ramah lingkungan d. Promosi ramah lingkungan¹⁴ 	<i>Likert</i>
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian sendiri	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan masalah kebutuhan 	<i>Likert</i>

¹¹ Rendy Dwi Putra and Budi Setiawan, 'Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1.1 (2021), 33 <<https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.405>>.

¹³ Gina Karlina and Retno Setyorini, 'Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Mediator', *Management & Accounting Expose*, 1.2 (2021), 57 <<https://doi.org/10.36441/mae.v1i2.90>>.

¹⁴ Abdul Salam and Sukiman Sukiman, 'Pengaruh Green Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11.1 (2021), 77 <<https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>>.

No.	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
		merupakan interpretasi dari konsumen mengenai keinginan serta kebutuhan mengenai sebuah produk dengan cara membandingkan dari sumber-sumber yang telah ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi preferensi sehingga pengambilan keputusan untuk membeli yang diikuti dengan perilaku dan melakukan pembelian. ¹⁵	<ul style="list-style-type: none"> b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian¹⁶ 	

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesesuaian atau akurasi dari hasil pengukuran, apakah sebuah alat ukur (instrumen) yang digunakan tersebut dapat mengukur apa yang sebenarnya hendak diukur oleh peneliti. Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana kualitas instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel

¹⁵ sutar Yuni Sarah, 'Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian', *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10 (2020), 34.

¹⁶ Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk* (Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), 22-23

yang diteliti. Jika suatu instrumen tidak memiliki validitas dan reabilitas, maka instrumen tersebut tidak bernilai. Sebuah penelitian dikatakan valid jika alat ukur atau instrumennya sesuai dengan apa yang di klaim dan tidak ada kesalahan logika dalam menarik kesimpulan dari data.¹⁷ Dasar pengambilan uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai r_{hasil} positif serta $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir atau variabel tersebut valid
- 2) Apabila nilai r_{hasil} negatif dan $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$ ataupun r_{hasil} negatif $> r_{\text{tabel}}$ maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Rumus korelasi *product moment* menurut sugiono untuk mencari nilai r_{hitung} atau validitas sebagai berikut:

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

keterangan:

- r_{xy} = Koefisien Korelasi Antara X dan Y
- $\sum XY$ = Jumlah Perkalian Antara X dan Y
- $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat X
- $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat Y
- n** = Jumlah Sampel (banyak data)

Dengan pernyataan suatu kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r yang diperoleh dari hasil perhitungan (r_{xy}) lebih besar dari nilai r_{tabel} dengan taraf nilai signifikan 5%.¹⁸

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi atau stabilitas dari alat ukur. Suatu instrumen atau alat ukur dikatakan reliabel atau andal ketika memberikan hasil ukur yang sama meskipun diberikan berulang-ulang kali, yang mana reliabilitas suatu instrumen dapat dikatakan “dapat dipercaya” ketika alat ukur yang digunakan menunjukkan hasil pengukuran yang konsisten meskipun diujikan berkali-kali, baik dalam rentang waktu yang singkat maupun pada rentang waktu yang lama.¹⁹ Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁷ Adhi Kusumastuti Dkk., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 28-29

¹⁸ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 28-29

¹⁹ Adhi Kusumastuti Dkk., *Metode Penelitian Kuantitatif*, 88

- 1) Apabila nilai r_{α} positif dan $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- 2) Apabila nilai r_{α} negatif dan $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$ ataupun r_{α} negatif $> r_{\text{tabel}}$ maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Rumus Alpha menurut sugiyono untuk mencari reabilitas adalah sebagai berikut:

$$R_i = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[\frac{S_t^2 - \sum p_i q_i}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_i = Reabilitas Internal Seluruh Instrumen

K = Jumlah Item Dalam Instrumen

p_i = Proporsi Banyaknya Subjek Yang Menjawab Pada Item 1

q_i = $1 - p_i$

S_t^2 = Varians Total

Dengan kesimpulan sebuah kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%.²⁰

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner atau angket. Adapun istilah kuesioner dapat digunakan sebagai nama dari teknik pengumpulan data dan dapat juga digunakan sebagai nama dari instrumen penelitian. Kuesioner sebagai teknik pengumpulan data adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan mengirim instrumen (kuesioner) kepada responden yang mana dapat dilakukan melalui berbagai jalur seperti Pos, *Whatsapp*, *E-mail*, *Google*, *Form* atau diberikan secara langsung kepada responden melalui tatap muka secara individual maupun kelompok.²¹ Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yang mana pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan dan responden tidak diberikan kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.²²

Skala ukur yang digunakan dalam teknik pengumpulan data ini adalah skala *likert*, adapun skala likert merupakan skala yang

²⁰ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*, 29-30

²¹ Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), 52

²² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, 21

didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan skala *likert* menggunakan lima titik dengan tabel netral pada posisi tengah atau ketiga.²³

Tabel 3. 2
Skor Skala Likert

Simbol	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normal atau tidaknya distribusi residual dapat diketahui dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini digunakan teknik uji statistik *non parametrik kolmogrov-smirov* dengan menghitung nilai residual, yang merupakan nilai maksimum dari selisih antara Komulatif Proporsi (KP) dengan harga Z tabel pada signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan nilai residual berdistribusi normal. Kemudian analisis grafik *normal probability plot* dengan cara melihat sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residunya. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka data dikatakan berdistribusi normal.²⁴

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak

²³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2011), 59-60

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Diponegoro, 2011), 160-163

terdapat korelasi diantara variabel independen. Variabel bebas yang saling berkorelasi tidak dapat membentuk variabel ortogonal yang merupakan variabel bebas yang nilai korelasi dengan sesama variabel bebas bernilai = 0.²⁵ Pendekatan terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIC) dari hasil analisis regresi, jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi.²⁶

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heterokedastisitas terjadi apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, dan apabila tetap disebut homoskedastisitas. Adapun model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mengetahui heterokedastisitas dapat ditentukan dari grafik *Scatterplot* yang menunjukkan titik-titik menyebar di antar sumbu 0 pada sumbu Y baik di atas dan dibawah secara jelas.²⁷

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka disebut ada problem autokorelasi. Autokorelasi dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.²⁸ Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian *Durbin-Watson (d)*. hasil perhitungan *Durbin-Watson (d)* dibandingkan dengan nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Tabel d memiliki dua nilai, yaitu nilai batas atas (d_u) dan nilai batas atas (d_L) untuk berbagai nilai n dan k..

Ada atau tidaknya autokorelasi dapat diketahui dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $d < d_L$: maka terjadi autokorelasi positif

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 105

²⁶ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 136

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 139

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 105

- 2) Jika $d > 4 - d_L$: maka terjadi autokorelasi negatif
- 3) Jika $d_u < d < 4 - d_u$: maka tidak terjadi autokorelasi
- 4) Jika $d_L \leq d \leq d_u$ atau $d_u \leq d \leq 4 - d_L$: maka pengujian tidak meyakinkan.²⁹

2. Uji hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan perluasan dari regresi linier sederhana yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen/ kriteria (variabel Y) dan kombinasi dua atau lebih variabel independen/ prediktor (variabel X).³⁰ regresi linier berganda dapat digunakan untuk memprediksi sejauh mana variabel bebas secara bersama-sama memberi pengaruh terhadap variabel terikat. Analisa ini sering disebut *simultaneous (standard) regression* yang mana dengan analisa ini dapat dicari sejauh mana masing-masing variabel bebas memberi pengaruh terhadap variabel bebas.³¹

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *customer review*, *social media marketing* dan *green marketing* terhadap keputusan pembelian produk Jahe Rempah Mbah Tolok. Rumus yang digunakan dalam persamaan regresi linier berganda adalah berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	Keputusan Pembelian
a	=	Konstanta
X_1	=	<i>Customer Review</i>
X_2	=	<i>Social Media Marketing</i>
X_3	=	<i>Green Marketing</i>
b_1	=	Koefisien Regresi Variabel <i>Customer Review</i>
b_2	=	Koefisien Regresi Variabel <i>Social Media Marketing</i>
b_3	=	Koefisien Regresi Variabel <i>Green Marketing</i>
e	=	Variabel Pengganggu (Error) ³²

29 Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 136

30 Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*, 153

³¹ Ag. Bambang Setiyadi, *Metode Penelitian Untuk Pengajaran Bahasa Asing Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, 2nd edn (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018), 157-158

³² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 135

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.³³ Di penelitian ini dapat diketahui bahwa apakah *customer review*, *social media marketing*, dan *green marketing* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Jahe Rempah Mbah Tolok. Kriteria pengambilan keputusan Uji F mengikuti aturan sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$: maka H_0 diterima
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$: maka H_0 ditolak.³⁴

c. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.³⁵ Untuk dapat menghitung nilai t dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$t = \frac{b_1}{S_{b_1}}$$

Keterangan:

b_1 = Nilai Koefisien Variabel Independen (variabel X)

S_{b_1} = Nilai *Standard Error* Dari Variabel Independen (variabel Y)

Adapun kriteria pengambilan keputusan Uji T mengikuti aturan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$: maka H_0 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$: maka H_0 ditolak.³⁶

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nilai nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel

³³ Moh Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Dilengkapi Alat Bantu Minitab Untuk Pengolahan Data*, 2nd edn (Yogyakarta: EKUILIMBRA, 2016), 149

³⁴ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 138

³⁵ Moh Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Dilengkapi Alat Bantu Minitab Untuk Pengolahan Data*, 149

³⁶ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 138

dependen sangat terbatas dan nilai koefisiensi determinasi yang semakin mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Kelemahan mendasar menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik.³⁷ Adapun rumus R^2 dan R^2_{adjusted} adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

$$R^2_{\text{adjusted}} = 1 - (1 - R^2) \frac{n-1}{n-k}$$

Keterangan:

TSS = Keragaman total

SSE = Keragaman kesalahan

SSR = Keragaman regresi (SS total – SSE)

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah pengamatan (sampel)³⁸

³⁷ Moh Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Dilengkapi Alat Bantu Minitab Untuk Pengolahan Data*, 151

³⁸ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 136-137