

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Penelitian *survey* merupakan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada sekelompok orang untuk mengetahui informasi dari para responden sehingga peneliti dapat menyimpulkan mengenai keseluruhan kategori yang diwakili oleh responden.¹ Oleh karena itu, dengan melakukan penyebaran kuesioner sehingga peneliti dapat mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko yang dirasakan oleh konsumen terhadap niat beli *online* melalui TikTok Shop pada pengguna TikTok Shop khususnya di Kabupaten Demak.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan menjawab pertanyaan menggunakan rencana terstruktur, sesuai dengan metodologi penelitian secara ilmiah. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol untuk mengkaji fenomena-fenomena *objektif*.²

B. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data baru atau data asli yang didapatkan dari pihak pertama oleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh dari penyebaran kuesioner oleh peneliti, responden dapat menjawab pertanyaan – pertanyaan yang sudah tersedia. Responden yang melakukan pengisian kuesioner yaitu pengguna TikTok Shop di Kabupaten Demak yang pernah melakukan pembelian di *social commerce* TikTok Shop.

¹ Sandu Siyoto, M. Ali Sodik, “*Basic Research Methodology*”, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 100.

²Dhian Tyas untari, “*Research Methodology: Contemporary Research in Economics and Business*”, (Banyumas: CV. Pena Persada Redaksi, 2018). 2.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan oleh peneliti secara tidak langsung dari berbagai sumber yang sudah ada seperti buku, laporan dan jurnal-jurnal tertentu. Data ini berupa data internet, jurnal serta artikel publikasi seperti media elektronik atau cetak yang berkaitan dengan diskon harga, kenyamanan, kemudahan, kenikmatan dan risiko keuangan, risiko produk, risiko waktu serta niat beli *Online*.³

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan dari obyek atau subyek yang tinggal di suatu wilayah dengan mempunyai kapasitas dan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁴ Populasi pada penelitian ini adalah pengguna TikTok Shop baik pria maupun wanita di Kabupaten Demak yang pernah melakukan pembelian di TikTok Shop. Dikarenakan data populasi pengguna TikTok Shop di Kabupaten Demak tidak diketahui, maka populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Sampel sering disebut *Sampling* adalah proses pemilihan dan penentuan jenis sampel serta menghitung besar kecilnya jenis sampel yang akan menjadi subjek penelitian atau subjek penelitian. Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi atau sebagian kecil dari populasi diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi.⁵ Teknik pengambilan sampel Non Probability Sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel.⁶

Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan tanpa sengaja, pengambilan secara kebetulan ditemui

³Sandu Siyoto, M. Ali Sodik, "Dasar Metodologi Penelitian", (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 67 – 68.

⁴Sandu siyoto, M. Ali sodik, "Dasar Metodologi Penelitian", (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 63.

⁵Marwan Hamid, Ibrahim Sufi, Wen Konadi, " *Path Analysis and Applications of SPSS Version 25 First Edition*", 2019, 165.

⁶Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D", Alfabeta Bandung 2015. 346.

siapa saja bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang ditemui tersebut cocok dibuat sebagai sampel penelitian.⁷ Peneliti menyebarkan angket atau kuesioner kepada pengguna *social commerce* TikTok Shop di Kabupaten Demak.

Karakteristik sampel pada penelitian ini yaitu pengguna *social commerce* TikTok shop di Kabupaten Demak, karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel menggunakan rumus *Cochran* dalam penelitian ini karena jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terbatas⁸ :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang diinginkan

Z : Harga pada kurva normal untuk deviasi 5% (1,96)

P : Peluang yang diharapkan 50% = 0,5

q : probabilitas tak terduga atau 1-p 50% = 0,5

e : tingkat kesalahan 10 % = 0,10

Berdasarkan rumus di atas, maka perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{(1,96^2)(0,5)(0,5)}{(0,10)^2} = 96,04$$

Hasil perhitungan sampel di atas menunjukkan sampel minimal yang harus diambil untuk penelitian ini adalah 96,04. dengan demikian peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden, diharapkan sampel yang diambil dapat mewakili populasi yang ada yaitu pengguna *social commerce* TikTok Shop di Kabupaten Demak.

D. Identifikasi Variabel

Menurut sugiyono variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi dan dapat ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu sebagai berikut.

1. Variabel Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini ada tujuh

⁷Sandu Sitooyo, M Ali Sodik, "Dasar Metodologi Penelitian", Literasi Media, 2015, 66.

⁸Enny Radjab, Andi Jam'an, "Metodologi Penelitian Bisnis", Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan UMM, 2017, 103.

yaitu Diskon harga (X1), Kenyamanan (X2), Kemudahan (X3), Kenikmatan (X4), Risiko keuangan (X5), Risiko produk (X6), Risiko waktu (X7).

2. Variabel terikat adalah variabel yang dimana faktor keberadaannya di pengaruhi oleh variabel bebas.⁹ Variabel dalam penelitian ini ada satu yaitu niat beli (Y).

E. Definisi Variabel Operasional

1. Diskon harga adalah pengurangan harga yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli dengan adanya diskon harga tersebut dapat menarik niat beli konsumen.¹⁰ karena harga yang ditawarkan lebih rendah bila dibandingkan dengan harga normal. Pengukuran diskon harga dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Arman Rizal *et al* yang terdiri dari 3 pertanyaan dengan menggunakan pengukuran skala likert 1-5, berdasarkan dengan kriteria dengan sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.¹¹
2. Kenyamanan adalah sejauh mana seseorang melakukan aktivitas dengan menggunakan teknologi yang mereka anggap nyaman. Kenyamanan dalam melakukan proses berbelanja secara *online* memberikan kesenangan dan kepuasan sehingga dapat menimbulkan rasa nyaman.¹² Pengukuran kenyamanan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Arman Rizal *et al*, yang terdiri dari empat pertanyaan dengan menggunakan pengukuran skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.¹³

⁹Dhian Tyas Untari, "Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis", (Banyumas: CV Pena Persada Redaksi, 2018), 22 – 23.

¹⁰ Eko Budiyanto, "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya", *Jurnal Global*, 3.1 (2018), 36–46.

¹¹Arman Hj. Ahmad, Rizal Ula Ananta Fauzi, Alffianti Safiria Ayu Ditta, Izian Idris, Mohd Faizun, Mohammad Yazid, "Peran Manfaat Yang Dirasakan dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui E commerce: Sebuah Bukti Dari Indonesia", (2020), 1-19.

¹²Kefas Kristian Arya Bayu Sayeti, Achmad Fauzi, Donni Ferdinan Irawan and Nabila Salsabila Telaumbanua, Muhammad Dzaky, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Kualitas Dan Kemudahan (Studi Literasi Manajemen)', *Jemsi Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3.4 (2022), 405–13.

¹³Arman Hj. Ahmad, Rizal Ula Ananta Fauzi, Alffianti Safiria Ayu Ditta, Izian Idris, Mohd Faizun, Mohammad Yazid, "Peran Manfaat Yang Dirasakan dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui E commerce: Sebuah Bukti Dari Indonesia", (2020), 1-19..

3. Kemudahan adalah suatu kondisi dimana konsumen meyakini bahwa pengguna teknologi merupakan suatu pekerjaan yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang begitu keras dalam pemakaiannya.¹⁴ Pengukuran kemudahan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Arman Rizal *et al*, yang terdiri ada empat pertanyaan dan dengan menggunakan pengukuran skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.¹⁵
4. Kenikmatan adalah perasaan konsumen saat mengunjungi website penjualan dapat meningkatkan niat beli konsumen.¹⁶ Pengukuran kenikmatan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Arman Rizal *et al*, yang terdiri dari empat pertanyaan dengan menggunakan pengukuran skala likert 1-5, berdasarkan dengan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.¹⁷
5. Risiko keuangan adalah persepsi mengenai nilai sebuah uang yang dapat hilang dalam sebuah *online shop* atau sebuah risiko yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu barang agar dapat berfungsi dengan baik.¹⁸ Pengukuran risiko keuangan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Arman Rizal *et al*, yang terdiri dari lima pertanyaan dengan menggunakan pengukuran skala likert 1-5, berdasarkan dengan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.¹⁹

14Supartono, 'Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19', *Ikraith-Ekonomika*, 5.2 (2021), 210–18.

15Arman Hj. Ahmad, Rizal Ula Ananta Fauzi, Alffianti Safiria Ayu Ditta, Izian Idris, Mohd Faizun, Mohammad Yazid, "Peran Manfaat Yang Dirasakan dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui E commerce: Sebuah Bukti Dari Indonesia", (2020), 1-19.

16Arman Hj. Ahmad, Rizal Ula Ananta Fauzi, Alffianti Safiria Ayu Ditta, Izian Idris, Mohd Faizun, Mohammad Yazid, "Peran Manfaat Yang Dirasakan dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui E commerce: Sebuah Bukti Dari Indonesia", (2020), 1-19.

17Arman Hj. Ahmad, Rizal Ula Ananta Fauzi, Alffianti Safiria Ayu Ditta, Izian Idris, Mohd Faizun, Mohammad Yazid, "Peran Manfaat Yang Dirasakan dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui E commerce: Sebuah Bukti Dari Indonesia", (2020), 1-19..

18Katon Abi Karami and Tri Wismiarsi, "Pengaruh Resiko pada Keputusan belanja online", *Indocompac*, 2016, 323.

19Arman Hj. Ahmad, Rizal Ula Ananta Fauzi, Alffianti Safiria Ayu Ditta, Izian Idris, Mohd Faizun, Mohammad Yazid, "Peran Manfaat Yang Dirasakan dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui E commerce: Sebuah Bukti Dari Indonesia", (2020), 1-19.

6. Risiko produk adalah suatu risiko saat melakukan pembelian produk di toko, konsumen dapat menyentuh dan mencoba produk yang diinginkan namun pada saat konsumen berbelanja secara *online* hanya dapat melihat gambar saja tanpa dapat menyentuh produk yang akan dibeli.²⁰ Pengukuran risiko produk dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Arman Rizal *et al*, yang terdiri dari lima pertanyaan dengan menggunakan pengukuran skala likert 1-5, berdasarkan dengan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
7. Risiko waktu adalah sesuatu hal yang mungkin dirasakan oleh konsumen mereka kehilangan waktu karena berbelanja secara *online* dengan mencari apakah barang yang dibeli sesuai dengan yang diharapkan. Dalam proses pembelian, proses pengiriman dan bahkan proses penukaran produk.²¹ Pengukuran risiko waktu dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Arman Rizal *et al*, yang terdiri dari lima pertanyaan dengan menggunakan pengukuran skala likert 1-5, berdasarkan dengan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.²²

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data atau informasi dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah teknik yang digunakan peneliti sebagai alat untuk mengumpulkan data berupa pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Kuesioner dapat digunakan untuk pertanyaan terbuka maupun tertutup. Selain itu penyebaran *kuesioner* digunakan untuk responden yang cukup besar.²³

Peneliti melakukan pengukurannya menggunakan skala likert. Penggunaan pengukuran skala likert, maka variabel diukur dan dijelaskan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator

²⁰Ann S Abdelwahed, "Risiko Persepsi Konsumen Dari Belanja Online Di Jalur Gaza", 2019..

²¹Rafli Matsna Hadi, Agustinus C. Februadi, and Arie Indra Gunawan, "Analisis Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Konsumen Dalam Belanja Online", *Irwns*, 2021, 1139.

²²Arman Hj. Ahmad, Rizal Ula Ananta Fauzi, Alfianti Safiria Ayu Ditta, Izian Idris, Mohd Faizun, Mohammad Yazid, "Peran Manfaat Yang Dirasakan dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui E commerce: Sebuah Bukti Dari Indonesia", (2020), 1-19.

²³ Dhian Tyas untari, "Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis", (Banyumas: CV. Pena Persada Redaksi, 2018), 40.

tersebut sebagai suatu titik tolak untuk menyusun per item instrumen yang dapat berbentuk pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3. 1 Skala Likert

Kategori	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Dhian Tyas Untari. (2018)

Penyebaran kuesioner atau angket dilakukan secara *online* melalui *google form* agar dapat memudahkan responden dalam mengisi kuesioner tanpa harus bertemu secara langsung, kuesioner ini akan disebarakan pada pengguna TikTok Shop di Kabupeten Demak yang telah melakukan pembelian melalui *social commerce* TikTok Shop.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data berupa analisis deskriptif, uji instrument dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program *Statistical Packpage For Social sciences (SPSS) for Windows 20*. SPSS merupakan Program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan deskriptif dan kotak dialog yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami cara menggunakannya.²⁴

Penggunaan SPSS untuk analisis data karena SPSS banyak digunakan dalam berbagai riset pemasaran, pengendalian dan perbaikan mutu, serta riset-riset sains. Kemampuan SPSS diperluas untuk melayani berbagai jenis pengguna seperti untuk proses produksi di pabrik, riset ilmu sains, tampilan lebih informative ketika terjadi eror, missing data memperluas akses penggunaan. Adapun teknik analisis data secara detailnya, sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah suatu bentuk analisis yang digunakan untuk mendiskripsikan data, sebagai cara kalkulasi data sesuai kebutuhan peneliti. Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang

²⁴Ietje Nazaruddin, Erni Fatmaningrum, "Analisis Statistik Dengan SPSS", Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS, 2021, 100–105.

dikumpulkan dalam penelitian.²⁵ Berdasarkan frekuensi dan nilai rata-rata menggunakan skala likert dengan skor 1 sampai dengan 5 untuk menganalisis hasil data kuesioner.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah menunjukkan sejauh mana dalam mengukur valid tidaknya suatu data yang berisi instrument maupun indikator, uji validitas dapat diukur dengan menggunakan angka korelasi yang diperoleh secara statistik dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r . Bila r hitung $\geq r$ tabel, maka berarti data tersebut signifikan atau Valid dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya, bila r hitung $< r$ tabel berarti data tersebut tidak signifikan atau tidak valid dan tidak akan diikuti sertakan dalam pengujian hipotesis penelitian.²⁶

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *cronbach's Alpha*, dimana secara umum dianggap reliabel apabila nilai *cronbach's Alpha* $> 0,6$.²⁷ Bisa dikatakan semakin kecil kesalahan pengukuran, semakin reliabel alat pengukuran begitupun sebaliknya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas adalah terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna di antara variabel independen. Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Adanya multikolonieritas menyebabkan suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. Multikolonieritas dapat diketahui dengan melihat VIF

²⁵Agung Widhi Kurniawan, Zahra Puspitaningtyas, "Metode Penelitian Kuantitatif", Press Widyagama, 2016, 76.

²⁶Marwan Hamid, Ibrahim Sufi, Wen Konadi, "Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25 Edisi Pertama", Manajemen dan Evaluasi pendidikan UIN Banda Aceh, 2019, 165.

²⁷Marwan Hamid, Ibrahim Sufi, Wen Konadi, "Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25 Edisi Pertama", Manajemen dan Evaluasi pendidikan UIN Banda Aceh, 2019, 165.

(*Variance inflation faktor*), dimana jika nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* > 10 , maka bisa dikatakan multikolinearitas tidak terjadi berbahaya atau lolos dari uji multikolinieritas.²⁸

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi dapat diartikan sebagai adanya korelasi antara anggota observasi satu dengan observasi lain yang berlainan waktu. Dalam kaitannya dengan asumsi metode kuadrat terkecil (OLS), Autokorelasi merupakan korelasi antara satu residual dengan residual yang lain. Sedangkan satu asumsi penting metode OLS berkaitan dengan residual adalah tidak adanya hubungan antara residual satu dengan residual yang lain. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan pengujian Durbin Watson dengan tingkat pengujian autokorelasi sebagai berikut:²⁹

- 1) Jika nilai $0 < D \text{ hitung} < D \text{ lower}$, maka dinyatakan terjadi autokorelasi positif (H_0 ditolak)
- 2) Jika nilai $D \text{ lower} < D \text{ hitung} < D \text{ upper}$ dan $4 - D \text{ upper} < D \text{ hitung} < 4 - D \text{ lower}$, maka dinyatakan tidak ada kesimpulan.
- 3) Jika nilai $D \text{ upper} < D \text{ hitung} < 4 - D \text{ upper}$, maka dinyatakan tidak ada autokorelasi (H_0 diterima)
- 4) Jika nilai $4 - D \text{ lower} < D \text{ hitung} < 4$, maka dinyatakan terjadi autokorelasi negative (H_0 ditolak).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedesitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola dalam grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas dengan absolut residualnya, dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas jika terdapat nilai absolut residual 0.05 , serta titik menyebar di atas dan dibawah angka nol di sumbu Y.³⁰

d. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah data harus berdistribusi normal untuk variabel independen. Untuk menguji apakah data yang digunakan telah memenuhi asumsi, maka dalam penelitian digunakan normal probability plot pada output SPSS.

²⁸Agung Widhi Kurniawan, Zahra Puspitaningtyas, "Metode Penelitian Kuantitatif", Press Widyagama, 2016, 76.

²⁹Agung Widhi Kurniawan, Zahra Puspitaningtyas, "Metode Penelitian Kuantitatif", Press Widyagama, 2016, 76.

³⁰Anwar Sanusi, "Metodologi Penelitian Bisnis", Salemba Empat, Jakarta selatan, 2011, 136.

Dinyatakan berdistribusi normal jika data terletak disekitar garis lurus diagonal artinya data telah memenuhi syarat distribusi normal.³¹

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan tujuan memprediksi bagaimana naik turunnya, jika dua atau lebih variabel independen hadir sebagai faktor prediksi dimanipulasi naik turunnya nilai. Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan jika jumlah variabel independenya minimal dua. Rumus dari persamaan regresi linier berganda sebagai berikut³² :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + e$$

Keterangan :

Y : Niat Beli *Online*

a : konstanta

b₁ : koefisien regresi berganda variabel X₁

b₂ : koefisien regresi berganda variabel X₂

b₃ : koefisien regresi berganda variabel X₃

b₄ : koefisien regresi berganda variabel X₄

b₅ : koefisien regresi berganda variabel X₅

b₆ : koefisien regresi berganda variabel X₆

b₇ : koefisien regresi berganda variabel X₇

X₁ : Diskon Harga

X₂ : Kenyamanan

X₃ : Kemudahan

X₄ : Kenikmatan

X₅ : Risiko keuangan

X₆ : Risiko produk

X₇ : Risiko waktu

e : Tingkat error

b. Uji Koefesien Determinasi (R²)

Koefesien Determinasi (R²) menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan variabel

³¹Agung Widhi Kurniawan, Zahra Puspitaningtyas, "Metode Penelitian Kuantitatif", Press Widyagama, 2016, 76.

³²Anwar Sanusi, "Metodologi Penelitian Bisnis", Salemba Empat, Jakarta selatan, 2011, 134-135.

bebas (X) yang lebih dari satu secara bersama-sama, persamaan regresi linier semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar mendekati 1 dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas.³³

c. Uji keseluruhan regresi sampel (Uji F)

Nilai yang digunakan untuk melakukan uji keseluruhan, uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat (Y) dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas (X) secara bersama-sama. Uji keseluruhan koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) dilakukan dengan salah satu kriteria pengambilan keputusan berikut ini³⁴ :

- 1) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$: maka H_0 diterima
- 2) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$: maka H_0 ditolak

d. Uji Statistik parsial (Uji Statistik t)

Setiap variabel independen, digunakan untuk melihat ada pengaruh tidaknya disetiap variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), agar variabel independen dianggap signifikan. tes signifikan menetapkan yang disebut *alfa* (α) pada tingkat 0.05 (5%) dari jumlah data.³⁵



³³Anwar Sanusi, "Metodologi Penelitian Bisnis", Salemba Empat, Jakarta selatan, 2011, 136.

³⁴ Anwar Sanusi, "Business Research Methodology", Salemba Empat, Jakarta selatan, 2011, 137-138.

³⁵Daniel Stokemer, "Kuantitatif Metode Untuk Ilmu Sosia", Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-99118-4>.