

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini adalah *field research* karena data yang diperoleh adalah data lapangan. *Field research* sendiri adalah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan.<sup>1</sup> Sedangkan metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode untuk menguji teori- teori tertentu melalui penelitian pada hubungan antar variabel.<sup>2</sup> Metode kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berdasarkan pada pendekatan filsafat positivisme.<sup>3</sup>

Filsafat positivisme adalah filsafat yang memandang realitas, memandang gejala serta fenomena yang dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur dan merupakan gejala yang bersifat sebab akibat.<sup>4</sup> Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh *online consumer review*, *e- service quality* dan *content marketing* terhadap perilaku pembelian dengan *islamic bussiness ethics* sebagai variabel moderating.

Penelitian ini diawali dengan mengkaji teori- teori yang sudah ada sehingga muncul sebab permasalahan. Permasalahan tersebut kemudian diuji untuk mengetahui penerimaan atau penolakannya berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.

---

<sup>1</sup>Iqbal Hasan, "*Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*", (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 5.

<sup>2</sup>John W. Creswell, "*Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed*" (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 5.

<sup>3</sup>Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*" (Bandung: Alfabeta, 2016), 7.

<sup>4</sup>Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*", 8.

## B. *Setting Penelitian*

Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Kudus. Kabupaten Kudus dipilih sebagai lokasi penelitian, karena Kabupaten Kudus memiliki 8 perguruan tinggi, yaitu Institut Agama Islam Negeri Kudus, Universitas Muria Kudus, Universitas Muhammadiyah Kudus, Stikes Cendikia Utama, Akademi Kebidanan Pemerintah Daerah Kudus, Akademi Kebidanan Mardi Rahayu Kudus, Akademi Kebidanan Muslimat NU Kudus dan Akademi Keperawatan Krida Husada.<sup>5</sup> Jumlah perguruan tinggi tersebut merupakan jumlah terbanyak, jika dibandingkan dengan Kabupaten di Karesidenan Pati yang lain.

Dengan banyaknya perguruan tinggi, menjadikan Kudus layak dijadikan sebagai lokasi penelitian. Karena sampel penelitian yang digunakan adalah mahasiswa, dimana mahasiswa merupakan wakil dari generasi milenial. Waktu penelitian dilakukan pada bulan November 2020 sampai Desember 2020. Waktu penelitian tersebut dirasa cukup karena penelitian dilakukan di daerah peneliti, sehingga lebih mudah dalam mendapatkan data penelitian yang dibutuhkan.

## C. *Populasi dan Sampel*

### 1. *Populasi*

Populasi merupakan seluruh unit penelitian.<sup>6</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muria Kudus, Universitas Muhammadiyah Kudus, Institut Agama Islam Negeri Kudus yang pernah berbelanja pada *mobile* aplikasi shopee. Ketiga perguruan tinggi tersebut dipilih karena merupakan perguruan tinggi terbesar di Kudus, sehingga layak untuk dijadikan populasi. Namun, tidak diketahui berapa jumlah mahasiswa yang pernah bertransaksi di shopee, sehingga populasi pada penelitian ini memiliki jumlah yang tidak pasti atau tidak diketahui.

---

<sup>5</sup>Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kabupaten Kudus, "*Perguruan Tinggi*", 26 Januari, 2017 <[http://kuduskab.go.id/p/84/perguruan\\_tinggi](http://kuduskab.go.id/p/84/perguruan_tinggi)>.

<sup>6</sup>Nurul Huda dan Hardinus Usman, "*Teori Dan Aplikasi Statistik*", (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2016), 23.

## 2. Sampel

Sampel penelitian merupakan bagian dari jumlah populasi.<sup>7</sup> Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* melalui *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.<sup>8</sup> Sedangkan *Purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan kriteria tertentu.<sup>9</sup> Kriteria sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muria Kudus, Universitas Muhammadiyah Kudus dan Institut Agama Islam Negeri Kudus yang pernah membeli barang di shopee.

Karena populasi pada penelitian ini tidak diketahui, maka dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan formula Lemeshow yang dirumuskan seperti berikut:

$n$  = jumlah sampel yang dicari

$z$  = nilai tabel normal dengan alpha tertentu

$p$  = maksimal estimasi = 0,5

$d$  = alpha atau sampling error

Pada penelitian ini, nilai alpha yang digunakan yaitu sebesar 10% atau 0,1. Sehingga nilai  $z$  dapat diketahui berdasarkan tabel normal yaitu 1,96.

$$n = \frac{z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga menurut rumus tersebut, didapatkan jumlah sampel sebesar 96,04 yang dapat dibulatkan menjadi 96. Dan didapatkan sampel penelitian dengan rincian 32

---

<sup>7</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 81.

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 83.

<sup>9</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 85.

mahasiswa Universitas Muria Kudus, 32 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Kudus dan 32 mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kudus.

**D. Desain dan Definisi Operasional Variabel**

**1. Variabel Penelitian**

a) **Variabel Independen**

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang menjelaskan dan mempengaruhi variabel yang lain.<sup>10</sup> Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah *online consumer review*, *e- service quality*, *content marketing* dan *Islamic business ethics*.

b) **Variabel Dependen**

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>11</sup> Adapun variabel terikat pada penelitian ini yaitu variabel perilaku pembelian konsumen.

**2. Definisi Operasional Variabel**

**Tabel 3.1**  
**Variabel dan Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	<i>Online Consumer Review</i>	<i>Online consumer review</i> sendiri adalah penilaian dari konsumen terhadap barang yang sudah dibelinya. <sup>12</sup>	Pengukuran variabel <i>online consumer review</i> mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Zhao yaitu indikatornya adalah sebagai berikut. <sup>13</sup>  1) <i>Usefulness of online review</i> adalah ulasan konsumen produk

<sup>10</sup>Liana Lie, "Penggunaan MRA Dengan Spss Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen", Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK, XIV.2 (2009), 91.

<sup>11</sup>Lie, "Penggunaan MRA Dengan Spss Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen", 91 .

<sup>12</sup>Taesar Wahyudi, "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada

		<p>Dengan melihat <i>online consumer review</i>, calon pembeli dapat melihat apakah barang tersebut layak digunakan dan bermanfaat untuknya atau tidak.</p>	<p>sebelumnya.</p> <p>2) <i>Review expertise</i> mengacu pada ciri online consumer review, apakah review yang diberilakan oleh pembeli sebelumnya bersifat baik atau buruk.</p> <p>3) <i>Timeliness of online review</i> mengacu pada kapan review tersebut diberikan.</p> <p>4) <i>Volume of online review</i> ini menunjukkan jumlah dari online consumer review pada toko seller marketplace.</p> <p>5) <i>Comprehensiveness of online review</i> adalah keaslian atau kebenaran dari ulasan yang diberikan.</p>
2.	<i>E- Service Quality</i>	<p><i>E- service quality</i> merupakan pelayanan yang dapat mempermudah konsumen dalam berbelanja.<sup>14</sup></p>	<p>Pengukuran variabel <i>e-service quality</i> mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Ladhari yaitu indikatornya adalah sebagai berikut:<sup>15</sup></p> <p>a. <i>Reability</i> adalah kemampuan untuk melakukan layanan</p>

*Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop*,” Jurnal Riset Manajemen 19, no. 1 (2019): 12, <https://jrm.unram.ac.id/index.php/jrm/article/view/33>.

<sup>13</sup>Zhao and others, “*The Influence of Online Reviews to Online Hotel Booking Intentions*”, 1346.

<sup>14</sup>Moh. Nasir, “*Pengaruh E-Service Quality Dan Diskon Terhadap Minat Beli Pada Situs Online Di Website Zalora.Co.Id Di Surabaya*,” Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn) 1, No. 1 (2016): 7, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/17660>.

<sup>15</sup>Ladhari, “*Developing E-Service Quality Scales: A Literature Review*”, 465.

			<p>berupa kecepatan pengiriman dengan baik, tepat dan akurat.</p> <p>b. <i>Responsive</i> atau daya tanggap mengacu pada kecepatan respon <i>seller</i> dalam membalas chat konsumen di <i>marketplace</i>.</p> <p>c. <i>Assurance</i> atau jaminan adalah pengetahuan dan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan</p>
3.	<i>Content Marketing</i>	<p><i>Content marketing</i> sendiri adalah suatu strategi pemasaran dengan cara membuat konten (video atau gambar) dengan tujuan untuk memberitahukan informasi kepada konsumen tentang barang yang akan dipasarkan.<sup>16</sup></p>	<p>Indikator pada penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aušra Pažeraitė, dimana indikator content marketingnya adalah sebagai berikut.<sup>17</sup></p> <p>a. <i>Relevance</i> Relevansi konten merupakan penyajian konten yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.</p> <p>b. <i>Informative</i> Informasi konten merupakan penyajian informasi untuk menambah pengetahuan konsumen.</p>

<sup>16</sup>Lili Adi Wibowo Yusuf, Ramayani, Heny Hendrayati, "Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan," jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial Volume 1, no. Issue 2 (2020): 508, <https://dinastirev.org/JMPIS/article/download/289/179>.

			<p>c. <i>Uniqueness</i> Keunikan dari konten dilihat dari konten yang disajikan seperti keunikan konsep foto atau video.</p>
4.	<i>Islamic Bussines Ethics</i>	<i>Islamic Bussines Ethics</i> atau etika bisnis Islam adalah penerapan bisnis dengan menerapkan prinsip-prinsip Islam didalamnya. <sup>18</sup>	<p>Pengukuran variabel <i>Islamic Bussines Ethics</i> mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Jubaedi yaitu indikatornya adalah sebagai berikut:<sup>19</sup></p> <p>a. Keadilan Keadilan yang dimaksudkan disini adalah keadilan dalam penetapan harga. Tidak mengambil banyak untung dan tidak mempermainkan harga.</p> <p>b. Kejujuran Jujur dalam menuliskan spesifikasi atau deskripsi produk.</p> <p>c. Amanah Memberikan barang sesuai dengan spesifikasi,</p>

<sup>17</sup>Aušra Pažėraitė and Rūta Repovienė, “Content Marketing Elements and Their Influence on Search Advertisement Effectiveness: Theoretical Background and Practical Insights,” *Management of Organizations: Systematic Research* 75 (2016): 99, [https://www.researchgate.net/publication/305713292\\_Content\\_marketing\\_elements\\_and\\_their\\_influence\\_on\\_search\\_advertisement\\_effectiveness\\_theoretical\\_background\\_and\\_practical\\_insights](https://www.researchgate.net/publication/305713292_Content_marketing_elements_and_their_influence_on_search_advertisement_effectiveness_theoretical_background_and_practical_insights).

<sup>18</sup>Abdul Ghafur, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam,” *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2018): 66, <http://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qura/article/view/3081/2218>.

<sup>19</sup>Jubaedi Jubaedi, “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor),” *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2018): 169, <http://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qura/article/view/3081/2218>.

			<p>dan tidak mengirimkan barang yang cacat.</p> <p>d. Kebebasan Pembeli bebas memiliki hak untuk menukarkan barang apabila barang yang diterima tidak sesuai.</p>
5.	Perilaku Pembelian	Perilaku pembelian adalah kegiatan pemecahan masalah, untuk pengambilan keputusan akan membeli atau tidak, pilihan alternatif barang yang akan dibeli. <sup>20</sup>	<p>Pengukuran variabel perilaku pembelian mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Kothler yaitu indikatornya adalah sebagai berikut:<sup>21</sup></p> <p>a. Kemantapan dalam sebuah produk, dilihat dari sisi kualitasnya. Jika produk tersebut berkualitas baik, maka konsumen akan membangun kepercayaannya terhadap produk tersebut.</p> <p>b. Kebiasaan dalam membeli adalah tindakan pembelian setara terus-menerus pada produk tersebut.</p> <p>c. Memberikan penilaian dan memberikan rekomendasi terhadap</p>

<sup>20</sup>M Anang Firmansyah, "Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)" (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 2, <https://books.google.co.id/books?id=XDKaDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=keputusan+pembelian&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj0x5yroNT rAhUigUsFHTvEALcQ6AEwB3oECAkQAg#v=onepage&q=keputusan pembelian&f=false>.

<sup>21</sup>Kotler P, "Manajemen Pemasaran", 10th ed. (Jakarta: PT Prebalindo, 2008): 112.



			orang lain. d. Melakukan <i>repurchase</i> atau pembelian ulang
--	--	--	--

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid, apabila pertanyaan yang termuat di dalam kuesioner tersebut mampu menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>22</sup> Menurut Ghazali, validitas dapat diukur menggunakan tiga cara, yaitu dengan menggunakan uji yang mengkorelasikan skor butir pertanyaan dengan skor konstruk, menggunakan korelasi bivariate dan menguji dengan *CFA*.<sup>23</sup>

Pada penelitian ini, peneliti memilih menguji validitas dengan menggunakan uji *bivariate* karena uji tersebut sering digunakan oleh peneliti lain. Selain itu, uji *bivariate* juga cocok digunakan pada penelitian dengan jumlah item pertanyaan yang memiliki jumlah pertanyaan banyak. *Bivariate pearson* atau korelasi produk momen person, merupakan uji yang dilakukan dengan mengkorelasikan *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk.<sup>24</sup> Rumus uji *bivariate person* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

<sup>22</sup> Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 52.

<sup>23</sup> Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", 55.

<sup>24</sup> Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", 54.

- x = Skor item  
 y = Skor total  
 n = Banyaknya subjek

Syarat uji ini adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, dengan sig 0,05 maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitungnya lebih kecil dari  $r$  tabel, dengan sig 0,05 maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, dan dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan ukuran konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner.<sup>25</sup> Tujuan uji ini adalah untuk mengetahui apakah indikator penelitian dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban responden penelitian terhadap pertanyaan adalah stabil dari waktu ke waktu.<sup>26</sup> Menurut Ghazali, pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu dengan menggunakan metode *repeated measure* atau pengukuran ulang dan dengan menggunakan metode *one shot* atau pengukuran sekali.<sup>27</sup>

Pada penelitian ini, peneliti memilih menggunakan metode *one shot* karena instrumen penelitian berbentuk kuesioner angka. Dan metode *one shot* lebih efektif jika dibandingkan dengan pengukuran berulang. Menurut Ghazali, pengukuran *one shot* dapat dilakukan dengan uji statistik *cronbach alpha*. Dengan rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_t^2} \right)$$

<sup>25</sup> V. Wiratna Sujarweni, "Spss Untuk Penelitian", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 192.

<sup>26</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi", 7th edn, 47.

<sup>27</sup> Imam Ghozali, Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", 48.

Keterangan:

$r_{11}$  = Koefisien reliabilitas

$n$  = Butir soal

$s_i^2$  = Varians skor total ke-  $i$

$s_t^2$  = Varians skor total

Dengan syarat pengambilan keputusan sebagai berikut:<sup>28</sup>

1. Jika nilai alpha lebih dari 0,60 maka reliabel
2. Jika nilai alpha kurang dari 0,60 maka tidak reliabel

## F. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Data primer merupakan data yang diolah sendiri oleh peneliti, dimana data tersebut didapatkan langsung dari objek penelitian.<sup>29</sup> Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengambilan data, yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan yang disusun secara sistematis kepada responden.

Alasan mengapa peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data adalah karena penggunaan kuesioner memiliki beberapa kelebihan, yaitu dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari sejumlah responden yang jumlahnya cukup besar dan data yang terkumpul lebih mudah dianalisis. Dalam penyusunan kuesioner, peneliti menggunakan skala ordinal dengan jenis skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengamati sikap dan pendapat seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial.<sup>30</sup>

Peneliti memilih skala likert sebagai skala pengukuran karena menurut Sugiyono, secara visual skala likert lebih menarik dan mudah diisi oleh responden.<sup>31</sup> Sehingga penggunaan skala likert ini memudahkan responden dalam menjawab kuesioner. Skor skala likert pada penelitian ini menggunakan 4 poin penilaian dimana nilai 1 menunjukkan sangat tidak setuju, 2 menunjukkan tidak setuju, 3

<sup>28</sup> V. Wiratna Sujarweni, "Spss Untuk Penelitian", 192.

<sup>29</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D", 225.

<sup>30</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D", 98.

<sup>31</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D", 93.

menunjukkan setuju dan 4 menunjukkan sangat setuju.<sup>32</sup> Penggunaan 4 poin dalam skala likert ini, dimaksudkan peneliti agar responden dapat menentukan sikap dan tidak memilih jawaban netral dalam menjawab kuesioner. Sehingga peneliti dapat mendapatkan jawaban yang tegas dari responden.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui kondisi data sehingga diperoleh model analisis yang tepat.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian.<sup>33</sup> Data yang baik dan layak digunakan dalam sebuah penelitian adalah, data yang berdistribusi normal. Menurut Ghazali, terdapat dua cara untuk menguji normalitas data yaitu dengan uji grafik dan uji statistik.<sup>34</sup> Uji grafik adalah cara termudah untuk melihat normalitas dengan hanya melihat grafik. Analisis grafik dapat dilakukan dengan uji *Probability Plots*. Namun uji ini tidak direkomendasikan karena dapat menyebabkan perbedaan hasil penelitian antar peneliti. Karena itu, dalam penelitian ini peneliti lebih memilih menggunakan uji statistik untuk menguji normalitas data. Menurut Ghazali, uji statistik pada uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.<sup>35</sup> Teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah uji dengan membandingkan antara distribusi data yang akan diuji

<sup>32</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D", 88.

<sup>33</sup> V. Wiratna Sujarweni, "Spss Untuk Penelitian", 152.

<sup>34</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", 160.

<sup>35</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn, 165.

dan distribusi normal baku. Berikut dasar analisis yang digunakan pada uji *Kolmogorov-Smirnov*:

- 1) Jika nilai signifikansi > taraf nyata (0.05), maka distribusi data dinyatakan normal.
- 2) Jika nilai signifikansi < taraf nyata (0.05), maka distribusi data dinyatakan tidak normal.<sup>36</sup>

#### b. Uji Linearitas

Uji linieritas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui spesifikasi model penelitian yang digunakan sudah benar atau tidak.<sup>37</sup> Data yang adalah data yang memiliki hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Ghazali, terdapat tiga uji yang dapat mengukur linearitas yaitu uji *Watson*, uji *Ramsey* dan uji *Lagrange multiplier*.<sup>38</sup> Tidak disebutkan mana uji yang terbaik, namun pada penelitian ini peneliti memilih menggunakan uji *ramsey* karena uji inilah yang sering digunakan peneliti sebelumnya. *Ramsey test* adalah uji yang bertujuan untuk menghasilkan Fhitung sebagai langkah uji linearitas.<sup>39</sup> *Ramsey test* dirumuskan sebagai berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{(R_{\text{square new}} - R_{\text{square old}})}{\frac{m}{(1 - R_{\text{square new}})(n - k)}}$$

Keterangan:

- m = Jumlah variabel bebas yang baru masuk  
 n = Jumlah data observasi  
 k = Banyaknya parameter dalam persamaan baru  
 Rsquare new = Nilai Rsquare dari persamaan yang baru  
 Rsquare old = Nilai Rsquare dari persamaan yang lama

<sup>36</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Spss Untuk Penelitian*, 55.

<sup>37</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 166.

<sup>38</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 166.

<sup>39</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Spss Untuk Penelitian*, 56.

Dengan syarat sebagai berikut: <sup>40</sup>

- 1) Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka hipotesis ditolak
- 2) Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , maka hipotesis diterima

**c. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. <sup>41</sup> Jika pada uji ini terdapat korelasi yang tinggi, maka hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat akan menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dapat diuji dengan menggunakan nilai tolerance serta VIF. Dengan syarat jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas. <sup>42</sup>

**d. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan varian, dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain dalam suatu penelitian. <sup>43</sup> Jika varian dari residual satu pengamat ke pengamat yang lainnya tetap, maka disebut penelitian tersebut disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas, pada penelitian ini data yang digunakan menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Menurut Ghazali terdapat dua cara untuk menguji heterokedastisitas yaitu dengan uji grafik dan uji statistik (uji *park*, *glejser* dan *white*). Tetapi analisis dengan menggunakan uji grafik, memiliki kelemahan, karena jumlah pengamatan akan mempengaruhi jumlah plotting. <sup>44</sup> Sehingga pada penelitian ini, peneliti memilih menggunakan uji statistik

---

<sup>40</sup> V. Wiratna Sujarweni, "Spss Untuk Penelitian", 61.

<sup>41</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", 105.

<sup>42</sup> V. Wiratna Sujarweni, "Spss Untuk Penelitian", 185.

<sup>43</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", 139.

<sup>44</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", 141.

dengan uji *glejser*. Uji *glejser* dipilih karena lebih mudah dan sering digunakan oleh peneliti sebelumnya. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas ini adalah dengan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,05$  maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.)  $< 0,05$  maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Menurut Ghozali, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.<sup>45</sup>

Syarat dari uji ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai koefisien determinasi mendekati nilai nol, maka semakin kecil pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas
- 2) Jika nilai koefisien determinasi mendekati nilai satu, maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

### b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.<sup>46</sup> Berikut dasar analisis yang digunakan pada uji F:

- 1) Perbandingan Fhitung dengan Ftabel
  - a. Jika Fhitung  $<$  Ftabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak ada pengaruh signifikan).
  - b. Jika Fhitung  $>$  Ftabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (ada pengaruh signifikan).
- 2) Perbandingan nilai signifikansi dengan taraf nyata

---

<sup>45</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", 97.

<sup>46</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn", 98.

- a. Jika nilai signifikansi  $> (0.05)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
  - b. Jika nilai signifikansi  $< (0.05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)**  
Uji statistik t adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh atau seberapa signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>47</sup> Uji t dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dua sampel. Berikut syarat uji t:
- 1) Perbandingan dengan nilai signifikansi
    - a. Jika signifikansi  $<$  probabilitas 0,5, maka hipotesis diterima
    - b. Jika signifikansi  $>$  probabilitas 0,5, maka hipotesis ditolak
  - 2) Menggunakan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel
    - a. Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka hipotesisnya diterima
    - b. Jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka hipotesisnya ditolak

---

<sup>47</sup> Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, 7th edn*", 98.