

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*Explanatory Research*) atau penelitian penjelasan. Singarimbun dalam Effendi dan Tukiran (2012:5) menyatakan bahwa “*explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya”. Di dalam penelitian ini akan diberikan penjelasan tentang hubungan kausal antara variabel *independent* yaitu *online consumer review* oleh *beauty vlogger* dengan variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dapat dipahami sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:8).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini adalah Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Jalan MT. Haryono 163 Malang, Jawa Timur. Pertimbangan yang mendasari pemilihan lokasi ini adalah melihat banyaknya mahasiswi yang menggunakan *makeup* khususnya produk Purbasari Matte Lipstick di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan

2015/2016, sehingga akan memudahkan peneliti untuk memperoleh data penelitian.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Simamora (2004:21), menjelaskan bahwa konsep adalah sekumpulan pengertian atau karakteristik yang bisa diasosiasikan dengan kejadian, objek, keadaan, atau perilaku tertentu. Selain itu menurut Kountur (2004:88), konsep dapat dipahami sebagai pengertian abstrak yang digunakan para ilmuwan sebagai komponen dalam membangun proporsi dan teori atau digunakan dalam memberikan arti suatu fenomena. Terdapat dua konsep di dalam penelitian ini yaitu:

a. Konsep *Online Consumer Review*

Konsep *online consumer review* dalam penelitian ini adalah *online consumer review* yang dilakukan oleh *beauty vlogger* melalui sebuah video yang di unggah ke media sosial youtube. Video yang diunggah berisi *review* atau ulasan tentang produk Purbasari Matte Lisptick.

b. Konsep Keputusan Pembelian

Konsep keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen dalam melakukan pembelian Purbasari Matte Lipstick setelah melihat video ulasan yang dilakukan oleh *beauty vlogger*.

2. Variabel

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi

tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:38). Terdapat dua jenis variabel yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat). Berikut ini adalah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Variabel *Independent* (X)

Sugiyono (2015:39) menjelaskan bahwa variabel *independent* atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel *independent* atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Attractiveness* (X_1), *Trustworthiness* (X_2), dan *Expertise* (X_3) yang dilakukan oleh *beauty vlogger*.

b. Variabel *Dependent* (Y)

Sugiyono (2015:39) menjelaskan bahwa variabel *dependent* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel *dependent* atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3. Definisi Operasional

Effendi dalam Effendi dan Tukiran (2012:51) menjelaskan bahwa definisi operasional merupakan unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional juga dijelaskan sebagai suatu informasi ilmiah yang amat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama. Definisi operasional sangat dibutuhkan untuk dapat menjangkau realitas dari variabel-

variabel penelitian yang bersifat konseptual. Definisi operasional tersebut adalah sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Online consumer review merupakan bagian dari *electronic word of mouth* yang digunakan untuk membagi dan mendapatkan informasi dan ulasan mengenai sebuah produk yang informasinya akan membantu dalam proses keputusan pembelian. Di dalam penelitian ini *online consumer review* dilakukan oleh *beauty vlogger* yang berperan sebagai pembawa pengaruh bagi keputusan pembelian. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengukur *online consumer review* yang dilakukan oleh *beauty vlogger* yaitu:

1) *Attractiveness* (X_1)

Daya tarik (*attractiveness*) menunjukkan ciri dari *beauty vlogger* yang dianggap menarik untuk dilihat dan daya tarik dalam memberikan ulasan sebuah produk. Adapun item penilaian dalam variabel ini adalah:

- a) Kecantikan *beauty vlogger*
- b) Popularitas *beauty vlogger*
- c) Penampilan fisik dari *beauty vlogger*
- d) Cara berkomunikasi dari *beauty vlogger*

2) *Trustworthiness* (X_2)

Kepercayaan (*trustworthiness*) menunjukkan ciri dari *beauty vlogger* yang dianggap jujur dan dapat dipercaya pendapatnya, serta apa yang dikatakan adalah sejujurnya dari pendapat pribadi

karena sudah menggunakan sendiri produk tersebut. Adapun item penilaian dalam variabel ini adalah:

- a) Sikap netral *beauty vlogger*
- b) Kejujuran *beauty vlogger*
- c) Menimbulkan keyakinan pada produk
- d) Menimbulkan kepercayaan pada kualitas produk
- e) Mendorong pembelian dan penggunaan produk

3) *Expertise*(X_3)

Keahlian (*expertise*) mengacu pada keahlian, pengalaman menggunakan dan pengetahuan mengenai produk yang di ulas (*review*) oleh *beauty vlogger*. Adapun item penilaian dari variabel ini adalah:

- a) Pengetahuan tentang produk
- b) Pengalaman menggunakan produk
- c) Pembuktian keunggulan produk
- d) Keterampilan dalam menggunakan produk *makeup*
- e) Kemampuan dalam memberikan ulasan yang berkualitas

b. Variabel Dependen

Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) bahwa keputusan pembelian adalah keputusan konsumen untuk membeli mengenai merek mana yang akan dibelinya. Keputusan pembelian merupakan langkah konsumen untuk menentukan pembelian terhadap produk yang dikehendaki. Produk barang ataupun jasa yang telah terpilih

selanjutnya di beli untuk dipergunakan. Item dalam variabel ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pertimbangan pada jenis produk
- 2) Pertimbangan pada bentuk produk
- 3) Pertimbangan pada merek produk
- 4) Pertimbangan pada penjual produk
- 5) Pertimbangan pada jumlah produk
- 6) Pertimbangan pada waktu pembelian produk

Untuk lebih menjelaskan mengenai konsep, variabel, dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada ringkasan yang disajikan dalam tabel 3.1 berikut ini.

Tabel 3.1 Variabel, Indikator, dan Item

Variabel	Indikator	Item
<i>Attractiveness</i> (X ₁)	Daya Tarik	X _{1.1} Kecantikan <i>beauty vlogger</i>
		X _{1.2} Popularitas <i>beauty vlogger</i>
		X _{1.3} Penampilan fisik <i>beauty vlogger</i>
		X _{1.4} Cara berkomunikasi <i>beauty vlogger</i>
<i>Trustworthiness</i> (X ₂)	Kejujuran dan Integritas	X _{2.1} Sikap netral <i>beauty vlogger</i>
		X _{2.2} Kejujuran <i>beauty vlogger</i>
		X _{2.3} Menimbulkan keyakinan terhadap produk
		X _{2.4} Menimbulkan kepercayaan terhadap produk
		X _{2.5} Mendorong pembelian dan penggunaan produk
<i>Expertise</i> (X ₃)	Keahlian dan Pengalaman	X _{3.1} Pengetahuan tentang produk
		X _{3.2} Pengalaman menggunakan produk
		X _{3.3} Pembuktian keunggulan produk
		X _{3.4} Keterampilan dalam menggunakan <i>make up</i>
		X _{3.5} Kemampuan memberikan <i>review</i> yang berkualitas

Tabel 3.1 Variabel, Indikator, dan Item

Variabel	Indikator	Item
Keputusan Pembelian Purbasari Matte Lipstick (Y)	Struktur Keputusan Pembelian	Y ₁ Pertimbangan pada jenis produk
		Y ₂ Pertimbangan pada bentuk produk
		Y ₃ Pertimbangan pada merek produk
		Y ₄ Pertimbangan pada penjual produk
		Y ₅ Pertimbangan pada jumlah produk
		Y ₆ Pertimbangan waktu pembelian produk

Sumber: Olahan Peneliti (2017)

4. Skala Pengukuran

Sugiyono (2015:92) menjelaskan bahwa skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien, dan komunikatif. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015:93).

Lebih lanjut Sugiyono (2015:94) menjelaskan bahwa instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda dengan membaginya menjadi jawaban yang berbeda dan akan diberi skor pada setiap jawaban tersebut. Pada penelitian ini skala Likert yang digunakan terdapat lima jawaban. Setiap jawaban akan diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pernyataan Skala Likert

No.	Kode	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	RR	Ragu-Ragu	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2015:94)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2015:80) menjelaskan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Menurut Arikunto (2013:173) populasi juga dapat dipahami sebagai keseluruhan subjek penelitian. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi adalah sekumpulan objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti yang dianggap sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi S1 Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang yang menjadi konsumen dari produk Purbasari Matte Lipstick. Adapun karakteristik yang dijadikan pertimbangan populasi sasaran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016

- b. Pernah melihat video *review* di Youtube terkait produk Purbasari Matte Lipstick yang di lakukan oleh *beauty vlogger*
- c. Telah melakukan pembelian dan menggunakan produk Purbasari Matte Lipstick secara *offline* atau pembelian langsung baik melalui distributor atau toko kosmetik.

2. Sampel

Sugiyono (2015:81) mengatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Menurut Darmawan (2013:138) menjelaskan bahwa “sampel ditentukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis, metode, dan instrumen penelitian, di samping pertimbangan waktu, tenaga, dan pembiayaan”. Keputusan pengambilan sampel juga dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari keseluruhan populasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini belum diketahui, maka untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus Machin and Chambell (1989) dalam Sardin (2014:20) dengan rumus sebagai berikut:

- 1) Rumus iterasi tahap pertama:

$$U\rho' = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right)$$

$$n = \frac{(Z_1 - \alpha + Z_1 - \beta)^2}{(U\rho)^2} + 3$$

2) Rumus iterasi tahap kedua dan ketiga:

$$U_p = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right) + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

$Z_{1-\alpha}$ = Nilai yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan alpha yang ditentukan

$Z_{1-\beta}$ = Nilai yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan beta yang ditentukan

U_p = *Standardized normal random variable corresponding to particular value of the correlation coefficient p*

U'_p = *Initial estimate of U_p*

\ln = log e (*natural logarithm*)

p = Koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan

Berdasarkan rumus tersebut maka untuk mendapatkan jumlah sampel yang akan digunakan di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan $\rho = 0,31$ dengan $\alpha = 10\% = 0,10$ sehingga $(Z_{1-\alpha/2}) = 1,645$ pada pengukuran dua arah, dan $\beta = 5\% = 0,5$ sehingga $(Z_{1-\beta}) = 1,645$. Jumlah sampel yang diperoleh dari perhitungan tersebut adalah sebanyak 108 responden. Perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1) Rumus iterasi tahap pertama

$$U^1\rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + 0,31}{1 - 0,31} \right)$$

$$U^1\rho = 0,3206$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3206)^2} + 3$$

$$n = 108,2928 = 109$$

2) Rumus iterasi tahap kedua

$$U\rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + 0,31}{1 - 0,31} \right) + \frac{0,31}{2(108,2928 - 1)}$$

$$U\rho = 0,3206 + 0,0014$$

$$U\rho = 0,3220$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3220)^2} + 3$$

$$n = 107,3790 = 108$$

3) Iterasi tahap ketiga

$$U\rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1 + 0,31}{1 - 0,31} \right) + \frac{0,31}{2(107,3790 - 1)}$$

$$U\rho = 0,3206 = 0,0014$$

$$U\rho = 0,3220$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3220)^2} + 3$$

$$n = 107,3790 = 108$$

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling*. Sugiyono (2015:84) menjelaskan bahwa “*nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *Purposive sampling* dipilih sebagai cara pengambilan sampel dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2015:85) *purposive sampling* adalah “teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Untuk memenuhi persyaratan dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti dalam proses penarikan sampel maka harus terdapat cakupan sampel penelitian. Adapun cakupan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswi S1 Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang yang terbagi kedalam beberapa program studi yaitu, administrasi bisnis, administrasi publik, perpajakan, pariwisata dan bisnis internasional. Kriteria yang paling utama yang harus dimiliki sampel adalah yang menjadi konsumen, pernah membeli dan menggunakan produk Purbasari Matte Lipstick serta pernah melihat video *review* tentang Purbasari Matte Lipstick.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Azwar (2014:91) menjelaskan bahwa data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan alat pengambilan langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh oleh peneliti melalui kuesioner yang disebarakan secara *online* dan diisi oleh responden yang meliputi identitas responden dan jawaban responden dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015:142). Peneliti akan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui sosial media “LINE” yang terhubung dan digunakan oleh responden. Hasil dari jawaban kuesioner tersebut nantinya akan digunakan oleh peneliti untuk mengukur pengaruh variabel *online consumer review* oleh *beauty vlogger* terhadap variabel keputusan pembelian. Berikut ini adalah tahapan pengumpulan data dalam penelitian ini:

- a. Peneliti membuat kuesioner *online* dengan menggunakan *google form*
- b. Peneliti akan menyebarkan *link* kuesioner melalui *group chat* yang terdapat dalam media sosial LINE yang terhubung dengan mahasiswi

Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya angkatan 2014/2015 dan 2015/2016.

- c. Kuesioner yang telah terisi oleh responden akan otomatis terkirim dan tersimpan dalam *google form* dan peneliti akan menutup kuesioner jika sudah memenuhi jumlah yang dibutuhkan.

3. Instrumen Penelitian

Arikunto (2013:192) menjelaskan bahwa “instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan data yang dikumpulkan lebih mudah diolah”. Instrumen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan secara *online*.

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015:142). Kuesioner yang telah dibuat akan disebarakan secara *online* melalui media sosial “LINE” yang terhubung dengan target responden penelitian ini. Selain itu, perhitungan uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan bantuan *software* statistik yaitu *SPSS for windows*.

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Mustafa (2013:164) menjelaskan bahwa validitas atau kesahihan adalah ukuran seberapa tepat instrumen itu mampu menghasilkan data sesuai dengan ukuran yang sesungguhnya ingin diukur. Suatu instrumen dapat dikatakan

valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015:121).

Arikunto (2013:213) menjelaskan bahwa validitas *item* pertanyaan ditentukan dengan cara mengkorelasikan antara skor (nilai) yang diperoleh masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* atau membandingkan koefisien korelasi produk momen (R hitung) dengan nilai kritisnya dimana R hitung dicapai dengan rumus berikut:

$$r = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X). (\Sigma Y)}{\sqrt{[N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r : Koefisien korelasi
- n : Banyak sampel
- X : Skor *item* X
- Y : Skor *item* Y

Asnawi dan Masyuri (2011:169) menyatakan bahwa valid atau tidaknya suatu *item* instrumen dapat diketahui dengan membandingkan antara r perhitungan yang ditetapkan ($r \geq 0,3$). Apabila nilai r hitung sama atau lebih dari 0,3 ($r \geq 0,3$) maka instrumen tersebut dikatakan valid. Sebaliknya, bila nilai r hitung lebih kecil dari 0,3 ($r < 0,3$) maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24.0 *for windows*.

2. Uji Reliabilitas

Djamaludin dalam Effendi dan Tukiran (2012:141) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur

dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur suatu gejala yang sama. Sugiyono (2015:121) menyatakan bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Arikunto (2013:238) menjelaskan untuk mengetahui apakah sebuah alat ukur itu reliabel atau tidak dapat diuji dengan rumus koefisien Alpha atau *Alpha Cronbach*. Rumus koefisien *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_{tot}^2} \right]$$

Keterangan:

- r : Reliabilitas indikator pertanyaan
- k : Banyaknya indikator
- $\sum \sigma^2$: Jumlah variabel indikator
- σ^2 : Varians total

Ketentuan pengujian reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* adalah dengan membandingkan koefisien *alpha* (α) dengan 0,6. Jika koefisien *alpha* (r hitung) $<$ 0,6 maka indikator reliabel. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* statistik yaitu SPSS versi 24.0 *for windows*.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas

instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing faktor atau variabel dengan total faktor atau variabel tersebut dengan menggunakan korelasi (r) product moment yang menghasilkan nilai masing-masing item pernyataan dengan skor item pertanyaan secara keseluruhan, lebih jelasnya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel

Item	r Hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.825	0.000	0.3	Valid
X1.2	0.807	0.000	0.3	Valid
X1.3	0.848	0.000	0.3	Valid
X1.4	0.804	0.000	0.3	Valid
X2.1	0.656	0.000	0.3	Valid
X2.2	0.778	0.000	0.3	Valid
X2.3	0.800	0.000	0.3	Valid
X2.4	0.734	0.000	0.3	Valid
X2.5	0.670	0.000	0.3	Valid
X3.1	0.676	0.000	0.3	Valid
X3.2	0.716	0.000	0.3	Valid
X3.3	0.775	0.000	0.3	Valid
X3.4	0.717	0.000	0.3	Valid
X3.5	0.781	0.000	0.3	Valid
Y1	0.668	0.000	0.3	Valid
Y2	0.709	0.000	0.3	Valid
Y3	0.770	0.000	0.3	Valid
Y4	0.626	0.000	0.3	Valid
Y5	0.591	0.000	0.3	Valid
Y6	0.753	0.000	0.3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari Tabel 3.3 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r item pertanyaan lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah

valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel. Hasil uji reliabilitas terhadap 3 variabel dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	X1	0,836	Reliabel
2	X2	0,756	Reliabel
3	X3	0,780	Reliabel
5	Y	0,771	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari Tabel 3.4 diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

G. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2015:147). Lebih lanjut Sugiyono (2015:148) menjelaskan dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Ghozali (2013:160) menjelaskan bahwa uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model persamaan penelitian, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas adalah uji *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit* dengan dasar pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika probabilitas $>0,05$ maka distribusi dari populasi tersebut memiliki distribusi normal
- 2) Jika probabilitas $<0,05$ maka populasi tersebut tidak memiliki distribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2013:105) menjelaskan bahwa uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat ditentukan menggunakan nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai *Tolerance* $>0,10$ atau VIF <10 , maka menunjukkan terdapatnya multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Ghozali (2013:139) menjelaskan bahwa uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah didalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika nilai variansnya tetap maka disebut homoskedastisitas, namun jika nilai variansnya berbeda maka disebut heterokedastisitas.

Uji heterokedastisitas dilakuakn dengan cara melihat grafik scatterplot dengan melihat ada tidaknya pola antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dan nilai residunya (SRESID). Deteksi ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, sementara sumbu X merupakan residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized (Ghozali,2013:139).

3. Analisis Linier Berganda

Analisis linear berganda atau analisis regresi multipel adalah sebuah analisis terhadap asosiasi di mana pengaruh dari dua atau lebih variabel independen pada sebuah variabel dependen tunggal berskala interval diselidiki secara sekaligus (Zikmun dan Barry, 2013:444). Sementara itu, menurut Siregar (2015:226) regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan permintaan masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*).

Rumus yang digunakan dalam analisis linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

X₁: *Attractiveness*

X₂: *Trustworthiness*

X₃: *Expertise*

X_n: Variabel bebas ke...n

a : Konstanta

b₁ : Konstanta

b₂ : Konstanta

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji f dan uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

a. Uji Statistik F (Uji Simultan)

Suharjo (2013:108) menjelaskan bahwa untuk memperoleh kepastian bahwa model yang dihasilkan secara umum dapat digunakan maka diperlukan suatu pengujian secara bersama-sama. Pengujian dilakukan dengan uji F melalui prosedur dan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien determinasi (korelasi kuadrat)

k : Banyaknya variabel bebas

n : Banyak data

Kriteria pengujian untuk uji statistik F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak sementara H_a diterima, hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima sementara H_a ditolak, hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji Statistik t (Uji Parsial)

Suharjo (2013:109) menjelaskan setelah melakukan uji serentak atau pengujian terhadap model secara keseluruhan, selanjutnya adalah melakukan proses pengujian model bagian demi bagian yang dilakukan dengan uji-t. Uji-t dapat dilakukan dengan menggunakan rumus uji-t menurut Arikunto (2010:352) sebagai berikut:

$$t = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan:

t : Koefisien penentu

b_i : Koefisien regresi

s : Standar deviasi dan variabel bebas

Kriteria pengujian untuk uji statistik t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak sementara H_a diterima, hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima sementara H_a ditolak, hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.