BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sumber topik untuk penulisan dalam menyusun suatu laporan. Penelitian ini mengenai penganalisaan pengaruh kualitas website terhadap proses pengambilan keputusan pembelian pada Forum Jual Beli situs Kaskus.us. Objek dalam penelitian ini adalah Kualitas web sebagai variable bebas atau independent (X) yang mencakup, kualitas informasi, kualitas Interaksi, dan Kualitas penggunaan. Proses Keputusan Pembelian sebagai variable terikat atau dependent (Y) yang mencakup Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Berbagai Alternatif, Pilihan Atas Produk untuk dibeli, Evaluasi Pasca Pembelian.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian mengandung makna luas menyangkut prosedur dan cara melakukan analisis data yang diperlukan untuk menjawab dan memecahkan masalah penelitian termasuk menguji hipotesis. Selain itu mempunyai peranan yang sangat penting dalam upaya menghimpun data yang diperlukan dalam penelitian, dengan kata lain metode penelitian akan memberikan petunjuk terhadap pelaksanaan penelitian. Menurut Sudjana (2000:7) metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, mengumpulkan, memperoleh, baik data primer maupun data sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun

karya ilmiah dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang dapat diperoleh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Menurut Singarimbun (1989:3) mengatakan bahwa survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Metode yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif bersifat uraian penjelasan dengan membuat tabel mengelompokkan, menganalisis data berdasarkan pada hasil jawaban kuisioner yang diperolah dengan menggunakan tabulasi data. Sedangkan Sugiyono (2001:16) mengatakan bahwa : Metode verifikatif adalah metode yang digunakan untuk memilih metode penelitian, menyusun *instrument* penelitian, mengumpulkan data dan menganalisanya.

Metode verifikatif juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis, sehingga metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ketiga, yaitu untuk menganalisis besarnya dampak kualitas website terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada forum jual beli situs Kaskus.us.

Penelitian verifikatif merupakan analisis dengan mengolah data dari hasil yang telah dinyatakan dalam satuan angka untuk dianalisis dengan perhitungan statistik terhadap variabel obyek yang diteliti dengan menggunakan metode Uji Reliabilitas dan Uji Validitas, Uji Normalitas, Uji Korelasi, dan Uji

Regresi. Sifat-sifat data tertentu yang pada umumnya terdapat dalam metode deskriptif sehingga dapat dipandang sebagai ciri, bahwa metode itu:

1. Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masalah-masalah sekarang atau aktual.
2. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa (karena itu metode ini sering disebut metode analitik)

3.2.1. Desain penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepadadesain penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitaif

Berdasarkan proses penelitian Sugiono, (2008:18), maka desain pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber masalah

   Masalah akan timbul karena adanya kesangsian ataupun kebingungan terhadap suatu hal atau fenomena.

2. Rumusan masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat

dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara menguji hipotesis.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berpikir, Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis).

4. Pengajuan Hipotesis.

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah pengaruh kualitas web terhadap proses keputusan pembelian

5. Metode Penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisiten yang dikehendaki. Pada penelitian kuantitatif ini metode yang digunakan adalah metode survey.

6. Menyusun Instrumen Penelitian

Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen pada penelitian ini berbentuk kuisioner, untuk pedoman wawancara atau observasi. Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data, maka instrumen penelitian harus terlebih dahulu diuji validitas dan reabilitasnya. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan Kualitas web (variabel X) dengan Proses Keputusan Pembelian (variabel Y) digunakan regresi linear sederhana.

7. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Umi Narimawati (2007 : 61) menyatakan bahwa : "Operasionalisasi variabel adalah proses penguraian variabel penelitian kedalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran". Sesuai dengan kerangka pemikiran dan hipotesis yang telah disajikan sebelumnya, maka penulis membedakan obyek penelitian ke dalam dua variabel.

1. Variabel Bebas *(Independent Variable)* : Kualitas Website (X)
2. Variabel Terikat *(Dependent Variable)* :Proses Keputusan Pembelian

Variabel Bebas *(Independent Variable)*

"Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang pengaruhnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang di observasi dalam kaitannya dengan variabel lain". (Umi Narimawati,2007 : 27)

Zeithaml (2002) mendefinisikan Kualitas Pelayanan Electronic sebagai sejauh mana situs web mampu memfasilitasi belanja yang efisien dan efektif, pembelian, dan pengiriman produk atau layanan.WebQual disusun oleh Barnes danVidgen (2003) berdasarkan penelitian pada tiga area yaitu, (1) kualitas informasi dari penelitian sistem informasi, (2) interaksi dan kualitas layanan dari penelitian kualitas sistem informasi, *e-commerce*, dan pemasaran, serta (3*) usability* dari *human computer interaction*

Variabel Terikat *(Dependent Variable)*

Yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain *(independent variable).* Variabel terikat (Y) disini adalah Proses Keputusan Pembelian. Proses keputusan pembelian yaitu proses yang dilakukan oleh konsumen dalam membuat keputusan pembelian (Philip Kotler,1998:27). Dalam melakukan proses pengambilan keputusan konsumen melalui beberapa tahapan sebagai berikut: Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Berbagai Alternatif, Pilihan Atas Produk untuk dibeli, Evaluasi Pasca Pembelian. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara lebih jelas dapat dilihat pada table berikut ini

Variabel	Indikator	Dimensi	Ukuran	No Pertanyaan	Skala
Kualitas website (variabel X) Kualitas adalah kesesuaian terhadap persyaratan. Cosby(1996) Kualitas Pelayanan Electronic didefinisikan sebagai sejauh mana situs web mampu memfasilitasi belanja yang efisien dan efektif, pembelian, dan pengiriman produk atau layanan. Zeithaml (2002)	• **Kualitas Kegunaan** (*usability* 1-4) (*design* 5-8) • **Kualitas Informasi** (information 9-15) • **Kualitas Interaksi** (trust 16-18,22) (empathy 19-21)	• Mudah dipelajari • Mudah dimengerti • Mudah ditelusuri • Mudah digunakan • Sangat Menarik • Desain Situs • Kompetensi yang baik • Memberi pengalaman positif • Informasi yang akurat • Informasi yang bisa dipercaya • Informasi yang tepat waktu/up to date • Informasi yang relevan • Informasi yang mudah dimengerti • Informasi yang detail/ • Kesesuaian desain • Reputasi yang bagus • Rasa Aman transaksi • Kepercayaan menyimpan informasi • Rasa personalisasi • Komunitas yang spesifik • Memudahkan jual beli • Keyakinan barang akan dikirim	• Tingkat kemudahan dan tingkat kemenarikan website untuk digunakan • Tingkat kualitas Informasi yang ditampilkan website • Tingkat Kualitas interaksi antara pengguna dengan website dilihat dari kepercayaan pengguna dan empati.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22	**Ordinal**
Proses Pengambilan Keputusan Pembelian (Variabel Y) Proses keputusan pembelian yaitu proses yang dilakukan oleh konsumen dalam membuat keputusan pembelian (Philip Kotler,2004 :27)	• **Pengenalan Masalah** • **Pengetahuan/ Pencarian informasi** • **Evaluasi alternatif** • **Keputusan membeli** • **Pasca Pembelian**	• Kebutuhan produk • Pencarian Informasi yang tepat • Berkomunikasi dengan penyedia barang dan jasa • Mencari dan berbicara dengan orang lain dengan kebutuhan konsumsi yang serupa • Menggunakan input sensori seperti penglihatan dan suara untuk sampai pada keputusan konsumsi • Memilih produk • Keputusan Pembelian yang diambil • Kepuasan terhadap produk • Pembelian ulang	• Tingkat Kebutuhan • Tingkat pencarian informasi • Tingkat interaksi dengan produsen • Tingkat interaksi sesama konsumen • Tingkat kekuatan sensori pengalaman • Tingkat kesukaan • Tingkat Keputusan • Dorongan membeli ulang	23 24 25 26 27 28 29 30 31	**Ordinal**

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

3.2.3 Teknik Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2004:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya. Dalam Penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh orang yang terdaftar sebagai anggota forum jual beli Kaskus.us yang berjumlah kurang lebih 1000 orang.

3.2.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2004:73) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Probability sampling dengan jenis simple random sampling (sampel acak sederhana) yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sample (Husein Umar, 2000:151). Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah anggota Kaskus.us terutama yang sering berada di forum jual beli. Sedangkan untuk menentukan jumlah sample (n) digunakan rumus Slovin untuk mengetahui jumlah sampel yang diambil dari keseluruhan populasi adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

dimana :

n = jumlah sampel terpilih

N = populasi forum keseluruhan

e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%).

Menurut Adminstrator kaskus.us Total populasi yang aktif di sub forum jual beli berjumlah 2000 (per maret 2010). Dengan menggunakan tingkat kesalahan 10% maka jumlah sampel yang diperoleh dari total populasi tersebut adalah :

$$n = \frac{2000}{1 + 2000(0.1)^2}$$

n= 95

Jika penelitian menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui. Peneliti menentukan tingkat kesalahan sebesar 10% sehingga jumlah sampel yang diambil sebesar 95 orang. Namun dalam praktiknya penulis mengambil sampel sebanyak 122 orang, hal ini bertujuan agar tingkat kesalahan menjadi lebih kecil. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan sampling insidental. Sampling Insidental adalah 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 itu cocok sebagai sumber data.

3.2.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan data

Penulis melakukan penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai objek yang akan diteliti, data tersebut dapat dikelompokan ke dalam dua jenis data:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari responden. Dalam penelitian ini data primer yang diambil langsung dari pengguna kaskus forum jual beli. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Untuk memperoleh data primer menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a) Wawancara

Melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan dan mempunyai wewenang untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dan mempunyai hubungan langsung dengan masalah yang tengah diteleti oleh penulis

b) Kueisioner

adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperlukan sebagai pendukung data primer. Data yang diambil berasal dari buku, makalah,jurnal, data-data penelitian terdahulu.

3.2.5 Teknik Penentuan Data

3.2.5.1 Transformasi Data Melalui *Method of Successive Interval* (MSI)

Skala pengukuran dari data yang diperoleh adalah bervariasi yaitu nominal, skala ordinal dan rasio. Untuk data yang mempunyai skala ordinal dengan menggunakan *skala Likert*, dengan bobot nilai 5,4,3,2,1 atau pengukuran sikap dengan kisaran positif sampai dengan negatif. (Sugiyono,1999:86). Maka data tersebut perlu ditingkatkan menjadi skala interval dengan metode "*method of successive interval"*. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner

b).Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.

c) Menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh dengan menggunakan tabel normal.

d) Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal

e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method of Successive Interval*

$$\text{Means of Interval} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area at Below Density Upper Limit} - \text{Area at Below Lower Limit}}$$

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

Nilai Transformasi = Nilai Skala - ½ Nilai Skala Minimal ½ + 1

3.2.5.2. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin di ukur, atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Menurut Masrun yang dikutip Sugiyono (2003:124) mengatakan : Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Apabila alat ukur tersebut berada < 0,3 (tidak valid) dan > 0,3 Valid).

Berdasarkan dari pengertian tersebut maka hal ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan dan pernyataan mana yang valid dan mana yang tidak valid, dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat signifikan r kritis = 0,300 apabila alat ukur tersebut berada < 0,300 (tidak valid). Pengujian statistik mengacu pada kriteria :

- **$r_{hitung} < r_{kritis}$ maka tidak valid**
- **$r_{hitung} > r_{kritis}$ maka valid**

Untuk pengujian validitas instrumen penelitian ini, penulis menggunakan program *excel* dalam tabulasi data dan memasukkan data tersebut ke dalam program *SPSS 17.0 for windows.*

3.2.5.3. Uji Reliabilitas

Menurut Muji Gunarto (2000 : wordpress.com) menyatakan bahwa :

> Reliabilitas artinya adalah tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Reliabilitas merupakan salah

satu ciri atau karakter utama intrumen pengukuran yang baik. Kadang-kadang reliabilitas disebut juga sebagai keterpercayaan, keterandalan, keajegan, konsistensi, kestabilan, dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran *(measurement error).*

Setelah dilakukan uji validitas atas pertanyaan yang digunakan dalam penelitian tersebut, selanjutnya dilakukan uji keandalan. Uji keandalan bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individual, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang sudah valid. Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Untuk teknik perhitungan reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 17.0 for windows*. Item dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai kritis. Nilai r kritis yang ditetapkan adalah antara 0,6 dan 0,7 (Sugiyono, 2003:124). Kemudian output dibandingkan dengan uji signifikansi dengan uji t.

Pengujian ini dilakukan dengan teknik belah dua, dengan langkah kerja sebagai berikut:

1. Membagi pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan menjadi dua, belahan pertama (total ganjil) dan belahan kedua (total genap);

2. Skor untuk masing-masing pertanyaan atau pernyataan pada tiap belahan dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total untuk masing-masing responden;
3. Mengkorelasikan skor total belahan pertama dengan skor total belahan kedua dengan *rank spearman*;
4. Mencari reliabilitas untuk keseluruhan pertanyaan atau pernyataan dengan dengan rumus *spearman brown:*

Sugiyono (2004:122), menyatakan bahwa rumus *spearman brown* adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r_{xy} = Reliabilitas untuk seluruh instrumen.

r_b = Korelasi *rank spearman* antar belahan ganjil dan belahan genap dari instrumen.

3.2.6 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

3.2.6.1 Metode Analisis

1. Metode Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kuantitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, sangat tidak setuju. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan

seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Sugiyono (2004:89), mengatakan bahwa jawaban responden kemudian diberi skor dengan menggunakan skala likert, seperti terdapat pada tabel 3.5 berikut ini :

Tabel 3.2

Pernyataan Skala Likert

Jawaban	Skala Nilai (Positif)
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2004:89)

a. Kualitas Website

Untuk variabel kualitas website dari 3 indikator dengan 22 item kuesioner dengan jumlah responden 122, maka akan diperoleh kriteria berikut ini :

Skor Aktual : jawaban seluruh responden 122 atas kuesioner 22 yang diajukan.

Skor Ideal : Bobot tertinggi 5 X 150 X 22 = 16500

b. Proses Keputusan Pembelian

Untuk variabel proses keputusan pembelian terdiri dari 5 indikator dengan 9 item kuesioner dengan jumlah responden 150, maka akan diperoleh kriteria berikut ini :

Skor Aktual : jawaban seluruh responden 76 atas kuesioner 10 yang diajukan.

Skor Ideal : Bobot tertinggi 5 X 150 X 9 = 6750

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.6 sebagai berikut :

Tabel 3.3

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

2. Metode Analisis Verifikatif/ Kuantitatif

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan untuk mengetahui dampak Kualitas Website terhadap Proses keputusan pembelian adalah dengan menggunakan analisis statistic/uji statistic. Untuk mencari keeratan hubungan antar variable yang diteliti maka digunakan analisis korelasi, determinasi dan uji hipotesis.

3.2.6.1.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, maka dilakukan analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Menurut **Sugiyono (2006:204)** analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Hubungan antara dua variabel ini digambarkan dengan sebuah model matematik yang disebut model regresi yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Dimana:

Y = Proses Keputusan pembelian

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Kualitas website

Adapun formulasi yang digunakan untuk mencari nilai a dan b masing-masing sebagai berikut:

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

$$b = \frac{n\left(\sum xy\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum y\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

Dimana:

a = Koefisien *Intercept*

b = Koefisien Regresi

3.2.6.1.2 Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment Method* (*Pearson*)

Untuk menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson* **(Sugiyono ,2006:182)**, yaitu:

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{\sqrt{\left\{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2\right\}\left\{n\sum Y_i^2 - \left(\sum Y_i\right)^2\right\}}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi *Pearson*

$\sum X_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Y_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\sum X_i Y_i$ = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Korelasi diukur dengan suatu koefisien (r) yang mengindikasikan seberapa banyak relasi antar dua variabel. Daerah nilai yang mungkin adalah +1.00 sampai -1.00. Dengan +1.00 menyatakan hubungan yang sangat erat, sedangkan -1.00 menyatakan hubungan negatif yang erat. Untuk menginterpretasikan keeratan hubungan, digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel

Tabel 3.8
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien (+ atau -)	**Tingkat Keeratan**
0,00 - 0,199	**Sangat rendah**
0,20 - 0,399	**Rendah**
0,40 - 0,599	**Sedang**
0,60 - 0,799	**Kuat**
0,80 - 1,000	**Sangat Kuat**

Sumber : Sugiyono (2006:183)

b. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar dampak perubahan variabel X terhadap variabel Y, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap *(ceteris paribus)*.

Husein Umar (2002:296), untuk menentukan Koefisien determinasi digunakan rumus adalah sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

3.2.6.2. Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah ada atau tidaknya dampak signifikan dari kualitas website (variabel X) sebagai variabel bebas dengan proses keputusan pembelian(variabel Y) sebagai variabel tidak bebas. Jika tidak terdapat dampak signifikan maka di formulasikan dalam hipotesis Nol (H_0), yaitu hipotesis untuk ditolak. Apabila kedua variabel tersebut dihipotesiskan memiliki dampak yang signifikan maka diformulasikan dalam Hipotesis alternatif (H_1) yaitu merupakan hipotesis yang diharapkan untuk diterima.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh Kualitas Website (X) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji berdasarkan perumusan hipotesis, yaitu :

Ho : $\rho = 0$, berarti tidak ada pengaruh Kualitas Website terhadap Proses Keputusan Pembelian

H1 : $\rho \neq 0$, berarti terdapat pengaruh Kualitas Website (X) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y)

Untuk menguji hipotesis yang penulis kemukakan dapat diterima, maka digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Statistik uji korelasi

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

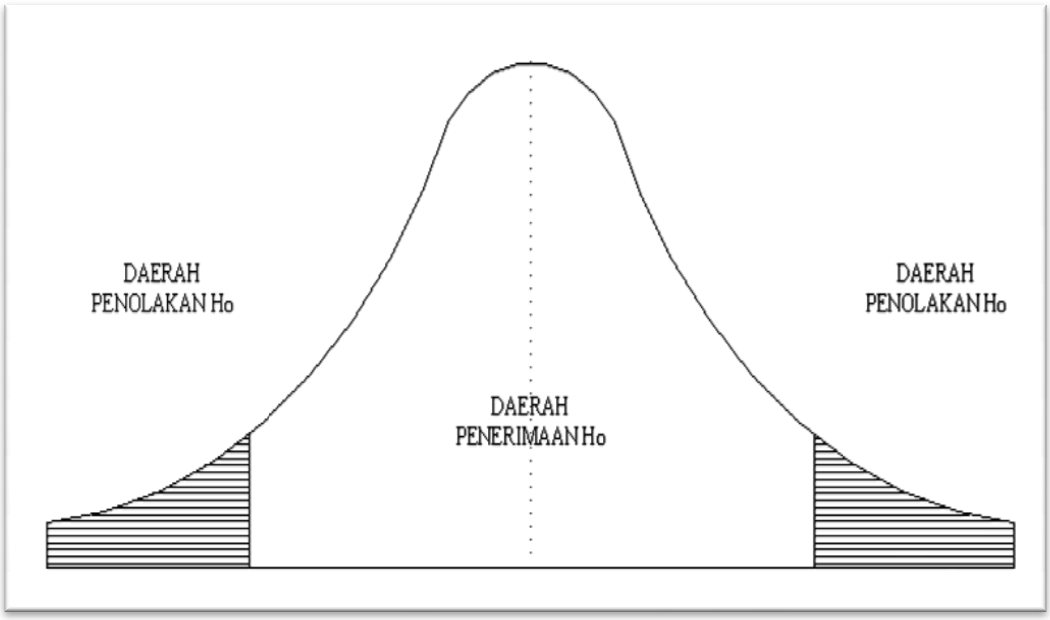
n = banyaknya sampel dalam penelitian

Kriteria pengujian adalah Ho jika harga dari rumus di atas (t_{hitung}) yang didapat dari tabel distribusi *t* dengan ά = 0.05 (5%) untuk mengetahui diterima atau ditolak, dinyatakan melalui kriteria yang sesuai dengan yang dikemukakan oleh Husein Umar (2000:316-317) yaitu :

- Jika nilai t_{tabel} > nilai t_{hitung}
  Maka Ho ada pada daerah penerimaan, berarti H1 diterima atau Kualitas website tidak berpengaruh pada proses keputusan pembelian.

- Jika nilai t_{tabel} < nilai t_{hitung}
  Maka Ho terdapat pada daerah penolakan, berarti H1 diterima atau Kualitas website berpengaruh pada proses keputusan pembelian.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Gambar 3.1 Kurva Hipotesis Daerah Penerimaan dan Penolakan