BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2010:2), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan tujuan tertentu .Berdasarkan dari pengertian di atas, maka metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan sebagai dasar dalam menganalisis obyek penelitian guna menganalisis dan membuat kesimpulan untuk membuktikan semua konsep yang telah dipakai dalam sebuah penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Secara (Studi kasus pada konsumen Tan Aquarium Bandung)" maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2010:29) yaitu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang terkumpul sebagaimana adanya, tenpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Sedangkan metode penelitian. Metode deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan masalah - masalah atau fenomena tentang variabel dalam penelitian ini , yaitu Kepercayaan, Kenyamanan Konsumen, dan Keputusan Pembelian Online. Metode Verifikatif menurut Sugiyono (2010:13),yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti

populasi atau sampel tertentu, dan analisis yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel, dan nuntuk menguji hipotesis variabel dalam penelitian ini, yaitu Kepercayaan, Kenyamanan Konsumen, dan Keputusan Pembelian Online.

1.1.1 DESAIN PENELITIAN

Menurut Moh. Nazir dalam Umi Narimawati (2010:30) menyatakan bahwa: "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian".

Adapun langkah-langkah desain penelitian menurut Umi Narimawati (2010:30), sebagai berikut :

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dan fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.
4. Menetapkan tujuan penelitian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variable sekaligus pengukuran variable penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.

8. Melakukan analisis data.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian.

Contoh Desain Penelitian :

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Jenis Penelitian	Metode yang Digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T-1	*Descriptive*	*Descriptive & Survey*	Konsumen Tan Aquarium Bandung	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive & Survey*	Konsumen Tan Aquarium Bandung	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive & Survey*	Konsumen Tan Aquarium Bandung	*Cross Sectional*
T-4,5,6	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive & Survey*	Konsumen Tan Aquarium Bandung	*Cross Sectional*

1.1.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menurut Umi Narimawati (2010:31) menyatakan bahwa:

> "Operasionalisasi variabel tentunya diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait di dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian".

Operasionalisasi variabel menurut Nur Indriantoro (2002:69) menyatakan bahwa:

> "Penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat di ukur, definisi operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalisasikan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik".

Untuk itu variabel yang akan dikaji adalah Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online, dimana variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Independent (X)

   Pengertian variabel independen menurut Sugiyono (2012:64) menyatakan bahwa :

   > "Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent, dalam bahasa Indonesia sering disebut juga variabel bebas, variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)".

   Yang menjadi variabel independent atau variabel bebas pada penelitian ini adalah Kepercayaan (X1) dan Kenyamanan (X2).

2. Variabel Dependent (Y)

   Pengertian variabel dependen menurut Sugiyono (2012:64) menyatakan bahwa:

   > "Seiring disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, dalam bahasa Indonesia seiring disebut sebagai variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas."

Pengertian variabwel output mwenurut Sugiono (2011:4) mwenyatakan bahwa:

> "Seiring disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia seiring disebut sebagai variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam SEM (Structura Equation Modeling) Pemodelan Persamaan Struktural, variabel devenden disebut juga sebagai variabel indogen".

Maka yang menjadi variabel dependent atau variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Online.

Untuk lebih jelas mengenai gambaran ketiga variabel tersebut dan agar penelitian ini dapat di laksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel

Variabel Konsep	Konsep Variabel	Dimensi Atau Indikator	Ukuran	No. Kuisioner	Skala
X1 Kepercayaan	Morgan dan Hunt (1994) dalam Dharmmesta (2005) berpendapat bahwa ketika satu pihak mempunyai keyakinan *(confidence)* bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai reliabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan ada trust.	Kemampuan *(ability*)	tingkat ketersediaan barang.	1	**ordinal**
		Kebaikan hati *(benevolence*)	kejujuran penyediaan barang.	2	**ordinal**
		Integritas (*integrity)*	konsistensi	3	**ordinal**
X2 Kenyamanan	Kenyamanan adalah hasil dari kesenangan dan kebahagiaan pada saat pengalaman belanja online, bukan pada	Kenyamanan akses	memudahkan konsumen.	4	**ordinal**
		kenyamanan transaksi	ketepatan waktu & biaya	5	**ordinal**
		kenyamanan manfaat	pelayanan yang baik	6	**ordinal**

	saat proses belanja selesai (Monsuwe, et al., 2004).	kenyamanan setelah memperoleh informasi	menjaga hubungan baik	7	**ordinal**
Y Keputusan pembelian	Menurut Kotler dan Keller (2009) keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.	1.Pengenalan Masalah	tingkat pengenalan masalah	8	**ordinal**
		2.Pencarian Informasi	tingkat informasi yang didapat oleh konsumen	9	**ordinal**
		3.Evaluasi Alternatif	Tingkat manfaat khusus produk bagi konsumen	10	**ordinal**
		4. Keputusan Pembelian	-Tingkat pilihan pembelian konsumen	11	**ordinal**
		5. Perilaku Pasca Pembelian	-Tingkat Kepuasan konsumen terhadap produk -Tingkat pembelian ulang konsumen	12 13	**ordinal**

1.1.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data

1.1.3.1 Sumber Data (Primer Dan Sekunder)

1. Data Primer Sugiyono (2010: 137) menyebutkan bahwa data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah Tan Aquarium Bandung.
2. Data Sekunder Sugiyono (2009:137) mendefinisikan sumber data sekunder adalah sumber sumber data yang diperoleh data penjualan ikan selama 6 bulan terakhir.

1.1.3.2 Teknik Penentuan Data

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

A. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Tan Aquarium Bandung, berdasarkan data pembelian ikan hias secara online di *Facebook* selama 6 bulan terakhir di Tan Aquarium Bandung adalah 100 konsumen.

B. Sampel

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (hipotesis), maka peneliti melakukan pengumpulan data pada obyek tertentu. Karena obyek dalam populasi terlalu luas, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2009:215) adalah sebagai berikut: ”Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”

Dari pengertian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sedangkan Metode penentuan sampel adalah cara pengumpulan data yang hanya mengambil sebagian elemen populasi atau karakteristik yang ada dalam populasi. Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik *insidental sampling* dimana 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.

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah konsumen yang membeli ikan hias secara online di facebook Tan Aquarium Bandung . Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) Husein Umar (2004:78) menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir (pada penelitian ini digunakan 10%).

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

$$n = \frac{100}{(1 + 100 \times 0{,}1 \times 0{,}1)}$$

$$n = \frac{100}{1{,}01}$$

n = 99,099

sampel dalam penelitian ini adalah 99,099 , dibulatkan menjadi 100 orang

3.1.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

   Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di perusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang diperoleh dengan cara:

a. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang di bahas.

b. Kuisioner

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada responden tentang variabel kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian.

2. Data yang diperoleh merupakan data sekunder yaitu data penjualan pada saat mengeksplorasi yang mengungkap fenomena dari bulan oktober 2015 – maret 2016.

3.1.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:361), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan valid menurut Sugiyono (2009:173), valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi suatu penelitian dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masingmasing

pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(\sum X^2 - (X)^2) \times (\sum Y^2 - (Y)^2)}}$$

Keterangan:

r : Nilai koefesien korelasi pearson

X : Skor item pertanyaan

Y : Skor total item pertanyaan

N : Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan nilai kritis ≥ 0,300, yaitu adalah sebagai berikut:

a. Item instument dikatakan valid jika $t_{hitung} \geq 0{,}300$, maka instrument tersebut dapat digunakan.

b. Item instrument dikatakan tidak valid jika $t_{hitung} \leq 0{,}300$, maka item tersebut tidak dapat digunakan.

Tabel 3.3

REKAP HASIL UJI VALIDITAS

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Kepercayaan (X1)	X1.1	0,883	0,300	Valid
	X1.2	0,930	0,300	Valid
	X1.3	0,929	0,300	Valid
Kenyamanan (X2)	X2.1	0,827	0,300	Valid
	X2.2	0,881	0,300	Valid
	X2.3	0,878	0,300	Valid
	X2.4	0,864	0,300	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	X31	0,809	0,300	Valid
	X32	0,843	0,300	Valid
	X33	0,890	0,300	Valid
	X34	0,905	0,300	Valid
	X3.5	0,871	0,300	Valid

Keterangan : Koefisien validitas > 0,3 = valid

3.1.4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini akan dilakukan secara internal. Menurut Sugiyono (2000:104), pengujian reliabilitas instrumen secara internal dapat dilakukan dengan menggunakan teknik belah dua (split-half), yaitu pengujian reliabilitas internal yang dilakukan dengan membelah item-item instrumen menjadi dua kelompok (ganjil dan genap), kemudian ditotal, dicari korelasinya, dan kemudian dianalisis dengan rumus koefisien korelasi produk moment pearson. Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

a) Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II

b) Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.

c) Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.

d) Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_1 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r1 : Reliabilitas internal seluruh item

rb : Korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5 % satu sisi adalah:

a. Jika t hitung lebih dari atau sama dengan t 0,05 dengan taraf signifikan 5%, maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.
b. Jika thitung kurang dari t 0,05 dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Untuk menghitungnya, penulis menggunakan bantuan sofware SPSS for windows, setelah uji validitas dan reliabilitas dilakukan, dan diperoleh hasil data yang bersifat valid dan reliabel, maka analisis lebih lanjut dapat dilakukan untuk memperoleh kesimpulan akhir dengan resiko kesalahan kecil dan dapat dipertanggung jawabkan. Apabila koefisien reliabilitas lebih dari 0,700 maka secara keseluruhan peryataan dinyatakan andal (reliabel)

Tabel 3.4

Standar penilaian koefisien validitas dan reliabilitas

Kriteria	Reliability	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker et al (2002:70)

Tabel 3.5

Rekap Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Kepercayaan (X1)	0,901	0,700	Reliabel
Kenyamanan (X2)	0,885	0,700	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,915	0,700	Reliabel

Keterangan : Koefisien reliabilitas > 0,7 = reliabel

3.1.5 Rancangan Analisis dan Perancangan Hipotesis

3.1.5.1 Rancangan Analisis

3.1.5.1.1 Analisis Deskriptif / Kualitatif

Analisis deskriptif atau kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Analisis deskriptif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan

analisis kualitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan menggunakan informasi-informasi yang diperoleh dari data perusahaan serta wawancara yang bersifat untuk memperjelas masalah.

Menurut Sugiyono (2004:89), teknik pengolahan data jawaban dari responden kemudian diberi skor aktual dengan menggunakan skala likert dimana alternatif jawabannya terdiri dari (1, 2, 3, 4, dan 5). Dalam penelitian ini pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan, baik mengenai kepercayaan(variabel X1), kenyamanan (variabel X2) maupun keputusan pembelian online (variabel Y). Karena data ini berskala ordinal, maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden. Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden dengan menggunakan rumus dibawah ini:

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

Keterangan :

Skor aktual: Jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.

Skor ideal : Skor atau bobot tertinggi atas semua jawaban responden yang diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

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

Tabel 3.6

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No.	% Jumlah Skor	Kriteria
1.	20,00% - 36,00%	Tidak baik
2.	36,01% - 52,00%	Kurang baik
3.	52,01% - 68,00%	Cukup baik
4.	68,00% - 84,00%	Baik
5.	84,01% - 100%	Sangat baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

3.1.5.1.2 Analisis Verifikasi (Kuantitatif)

Analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk memilih metode penelitian, menyusun instrumen penelitian, mengumpulkan data, menganalisanya, dan menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis verifikatif menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis verifikatif pada penelitian ini terdiri dari uji MSI, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, dan analisis koefisien determinasi.

1. Uji MSI

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "methode of successive interval" (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi. Untuk mengubah tingkat pengukuran dari ordinal menjadi interval dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut :

a. Berdasarkan jawaban responden, untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap jawaban.

b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi setiap jawaban.

c. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

d. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z pada setiap pilihan jawaban.

e. Hitung nilai numeric penskalaan (scala value) untuk setiap pilihan jawaban menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Means of Interval = Rata-Rata Interval
- Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah
- Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah
- Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

- Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

f. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Score = Scale Value + Scale Value Minimum + 1

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independent variable (X) terhadap satu variabel. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah kepercayaan (X1) dan kenyamanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian online (Y), sehingga persamaan regresi linear berganda estimasinya adalah sebagai berikut: tidak bebas atau dependent variable (Y).

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + e$$

Keterangan :

Y : keputusan pembelian online

α : Konstanta dari persamaan regresi

β1 : Koefisien regresi dari variable X1 (kepercayaan)

β2 : Koefisien regresi dari variable X2 (kenyamanan)

X1: kepercayaan

X2: kenyamanan

3. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas *(asymtotic significance)* yaitu:

- Jika probabilitas >0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal
- Jika probabilitas <0,05 maka populasi tidak terdistribusi secara normal

b. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

- koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
- Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula.

c. Uji heteroskedastisitas

Menurut **Gujarati (2005:406)**, "situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar

koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi."

4. Analisis Koifisien Korelasi

Untuk menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y, dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis

$$r = \frac{n\,(\sum XiYi) - (\sum Xi)\,(\sum Y)}{\sqrt{(n\,(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2) - (n\,(\sum Yi^2) - (\sum Yi)^2)}}$$

(Sumber : Sugiyono, 2006:212)

koefisien korelasi product moment method atau dikenal dengan rumus pearson yaitu :

Keterangan:

r : Nilai korelasi pearson

n : Jumlah responden

∑Xi : Jumlah hasil pengamatan variabel X

∑Yi : Jumlah hasil pengamatan variabel Y

∑XiYi : Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

∑X² : Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

∑Y² : Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut, dan untuk dapat mengetahui besar atau kecil tingkat hubungannya, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.7

Tingkat Keeratan Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.19	Sangat rendah
0.20 – 0.39	Rendah
0.40 – 0.59	Sedang
0.60 – 0.79	Kuat
0.80 – 0.100	Sangat kuat

(Sumber : Sugiyono, 2008:250)

5. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari R2 = SSreg/SStot . Dalam hal ini ada dua analisis koefisien yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien determinasi parsial dengan penjelasan sebagai berikut:

1) Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Digunakan untuk mengetahu seberapa besar persentase variabel X1 dan variabel X2 terhadap Y (Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamana Terhadap

Keputusan Pembelian Online) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

$$Kd = r^2 \, x100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien Determinasi

r : Koefisien korelasi

2) Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Y (Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamana Terhadap Keputusan Pembelian Online) secara parsial. Rumus Koefisien determinasinya yang dikemukakan oleh Gujarati (2003:172) adalah sebagai berikut:

$$KD = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

(Sumber : Gujarati, 2003:172)

Keterangan:

B = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat

3.1.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamana Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Secara Online. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. Pengujian Secara Simultan/Total.

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. **Rumus uji F yang digunakan adalah** :

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

Dimana :

F = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai

Fhitung > Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Kepercayaan dan Kenyamana) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keputusan Pembelian Online) ditolak dan sebaliknya. Menurut (Sugiyono, 2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi Product Moment Method atau dikenal dengan rumus Pearson.

b. Hipotesis

H0 ; $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamana Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias secara Online di Facebook sebagai media sosial Tan Aquarium Bandung

H1 ; $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamana Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias secara Online di Facebook sebagai media sosial Tan Aquarium Bandung

c. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila Fhitung > dari Ftabel ($\alpha = 0,05$)

Menurut Guilford (1956:480), bahwa tafsiran koefisien korelasi variabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

Taksiran koefisien korelasi yang dikategorikan menurut metode Guilford adalah sebagai berikut :

Tabel 3.8

Kategori Korelasi Metode Guilford

Besarnya Pengaruh	Bentuk Hubungan
0,00 – 0,20	Sangat longgar, dapat diabaikan
0,21 – 0,40	**Rendah**
0,41 – 0,60	Moderat / Cukup
0,61 – 0,80	**Erat**
0,81 – 1,00	Sangat erat

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurangkurangnya ada sebuah ρyxi ≠ 0. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol , maka dilakukan pengujian secara parsial.

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t_i = \frac{PYX1}{\sqrt{\frac{(1-R^2XY....Xk)CRii}{(n-k-1)}}} I=1,2,3....,5$$

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n – k – 1 dengan taraf signifikansi 5%.

b. Hipotesis

H0. ρ = 0, Tidak terdapat Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias secara Online diTan Aquarium Bandung

H11. $\rho \neq 0$, Terdapat Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias secara Online di Facebook sebagai media sosial Tan Aquarium Bandung

Ho. $\rho = 0$, Tidak Pengaruh Kenyamana Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias secara Online di Facebook sebagai media sosial Tan Aquarium Bandung

.H12. $\rho \neq 0$, Terdapat Kenyamana Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias secara Online di Facebook sebagai media sosial Tan Aquarium Bandung

c. Kriteria Pengujian

H_0 ditolak apabila thitung < dari ttabel ($\alpha = 0{,}05$)

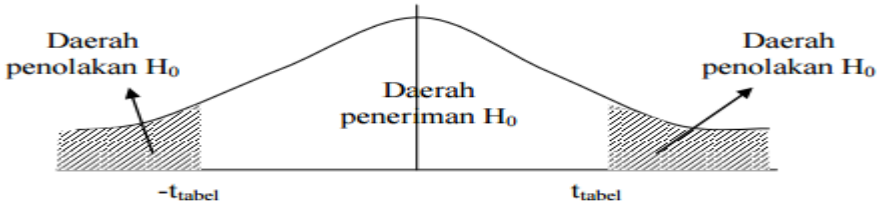
Kriteria Penarikan Pengujian:

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika thitung $\geq$ ttabel maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

b. Jika thitung $\leq$ ttabel maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H1 :



Gambar 3.1
Daerah penerimaan dan penolakan Ho
Sumber: Sugiyono (2009:185)