

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan Sugiyono (2017:23).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel promosi dan harga terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepercayaan masyarakat, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial, dan pengaruh antara variabel independen (X) yaitu promosi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepercayaan masyarakat.

#### **3.2 Objek penelitian**

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah masyarakat di Kabupaten Lumajang, adapun alasan peneliti melakukan penelitian pada masyarakat kabupaten lumajang di jabarkan sebagai berikut:

Adapun sebagai objek penelitian ini adalah variabel independen berupa Promosi (X1), harga (X2), dan terhadap variabel dependen (Y) berupa kepercayaan masyarakat di Kabupaten Lumajang.

- a. Peneliti merupakan mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang, sehingga memudahkan peneliti melakukan penelitian.
- b. Masyarakat di Kabupaten Lumajang.
- c. Di Kabupaten Lumajang terdapat masyarakat yang membeli tiket pesawat Lion Air.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder Umar (2011:41).

##### **a. Data Primer**

Data primer adalah data individu maupun perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil kuesioner yang dilakukan peneliti yang didapat dari sumber pertama.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung berupa hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu masyarakat pembeli tiket pesawat di Kabupaten Lumajang. Kuesioner berisi tentang pengaruh promosi dan harga terhadap kepercayaan masyarakat pembeli tiket pesawat di Kabupaten Lumajang pada maskapai penerbangan Lion Air

## **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data dalam bentuk tabel dan diagram yang merupakan contoh dari data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data atau pihak lain.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen, buku-buku, laporan, media internet dan literatur yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh promosi dan harga terhadap kepercayaan.

### **3.3.2. Sumber Data**

Terdapat dua jenis data yaitu data internal dan eksternal Umar (2011:42)

#### **a. Data Internal**

Data internal adalah data yang didapat dari dalam organisasi atau perusahaan dimana riset dilakukan. Berdasarkan sumber data maka data internal dalam penelitian ini adalah data CV. Mitra Abadi Tour Travel dan Rodex Grand.

#### **b. Data Eksternal**

Data eksternal merupakan data dari luar perusahaan.

Berdasarkan sumber data maka data dalam penelitian ini merupakan data eksternal yang diperoleh dari masyarakat pembeli tiket pesawat di Kabupaten Lumajang.

## **3.4 Populasi dan Sampel**

### **3.4.1 Populasi**

Populasi diartikan oleh ketetapan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya melalui wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau

subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu Sugiyono (2017:136). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pembeli tiket pesawat di Kabupaten Lumajang.

### 3.4.2 Sampel

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat pembeli tiket pesawat di Kabupaten Lumajang Sugiyono (2017:137).

Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, karena besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2015:125)

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria atau wanita, pegawai negeri atau swasta dan lain-lain).
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis regresi dengan *multivariante* (kolerasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel

penelitiannya ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .

- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20 (Roscoe, 1982 dalam Sugiyono, 2015:164).

Analisis dalam penelitian ini merupakan analisis *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen maka ukuran sampel yang diambil  $10 \times 5$  variabel = 30 anggota sampel. Jumlah sampel yang semakin besar akan memberikan hasil yang lebih baik, oleh karena itu jumlah sampel dalam penelitian ini ditingkatkan menjadi 20 sampel untuk setiap variabel. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah  $20 \times 3$  variabel = 60 sampel

### **3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah peneliti yang menetapkan segala sesuatu yang berbentuk apa saja untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis dapat didefinisikan sebagai objek, atau atribut seseorang yang mempunyai variasi antara satu objek dengan objek yang lain atau satu orang dengan yang lain Sugiyono (2017:66).

Variabel dalam penelitian ini ada 2 (dua) macam variabel antara lain:

#### **a. Variabel Independen**

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2017:68).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Promosi (X1) dan harga (X2).

#### **b. Variabel Dependen**

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2017:68).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepercayaan (Y).

### **3.5.2 Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan penentu variabel yang mengakibatkan variabel tersebut dapat diukur, dan juga menjelaskan tentang cara yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan variabel, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan penipuan pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran variabel yang lebih baik Indriantoro & Supomo (2002:69).

Variabel independen atau variabel bebas (X) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen atau variabel terikat (Y) dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatif bagi variabel dependen lainnya. Variabel independen dan dependen dalam penelitian ini adalah:

**a. Promosi (X1)**

Menurut McDaniel *etal.*, (2011) promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran sebuah perusahaan ningrum (2015:223).

Ada 4 elemen promosi diungkapkan Kotler & Amstrong (1991) dalam buku Alma (2011:181)

- 1 *Advertising*
- 2 *Sales promotion*
- 3 *Public Relation*
- 4 *Personal Selling*

Melakukan penawaran khusus dalam jangka tertentu. Berdasarkan indikator tentang promosi tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* yang disesuaikan dengan kondisi objek yang diteliti sebagai berikut:

- 1) Iklan menarik serta mudah diingat oleh masyarakat umum
- 2) Iklan dimedia sosial membuat saya mengerti informasi tentang lion air
- 3) Pihak lion air menjalin hubungan baik dengan para pelanggan
- 4) Pihak Lion Air dapat memuaskan konsumen dalam bentuk program promosi.

## **b. Harga (X2)**

Menurut Kotler & Amstrong dalam & Priansa (2017: 117) menyatakan harga adalah sejumlah nilai yang ditukar pelanggan dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli

Menurut Staton di alih bahasakan oleh Lamarto & Sunjaya (2010:113) indikator untuk menentukan harga yaitu :

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga.
- 4) Kesesuaian harga

Berdasarkan indikator tentang harga tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* yang disesuaikan dengan kondisi objek yang diteliti sebagai berikut:

- 1) Tiket lion air harganya terjangkau
- 2) Harga tiket pesawat lion air sesuai dengan pelayanan yang diberikan
- 3) Harga tiket pesawat lion air lebih murah dibandingkan daerah lainnya
- 4) Harga tiket pesawat lion air sesuai dengan fasilitas yang didapatkan

## **c. Kepercayaan (Y)**

Minat pembelian merupakan suatu pusat perhatian yang disertai dengan rasa senang pada barang tersebut, kemudian minat menimbulkan sebuah keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai



manfaat dan individu ingin memiliki barang tersebut dengan membayar atau membeli dengan uang Priansa (2017:164).

Menurut Priansa (2017:115) ada beberapa indikator dari kepercayaan sebagai berikut:

- 1) Kinerja sesuai harapan pelanggan.
- 2) Kepercayaan sudah melakukan pekerjaan sesuai standar.
- 3) Kepercayaan bahwa pelayanan yang diberikan konsisten
- 4) Kepercayaan terhadap perusahaan bisa bertahan lama

Berdasarkan indikator tentang kepercayaan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* yang disesuaikan dengan kondisi objek yang diteliti sebagai berikut:

- 1) Lion air mempunyai reputasi yang baik
- 2) Lion air mempunyai tujuan yang baik.
- 3) Saya yakin lion air memberikan pelayanan yang lebih baik.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.6.1 Wawancara**

Wawancara diartikan sebagai suatu kegiatan berupa tanya jawab untuk memperoleh informasi atau data. Wawancara digunakan dalam penelitian di lapangan sebab mempunyai banyak kelebihan yakni peneliti dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan secara cepat (Widodo, 2017:74). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kepada masyarakat pembeli tiket pesawat dikabupaten Lumajang.

### 3.6.2 Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek alam yang lain Sugiyono (2017:229).

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2017:229).

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap responden yaitu masyarakat pembeli tiket pesawat dikabupaten Lumajang.

### 3.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penelusuran dokumen. Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto, atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti Widodo (2017:75). Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mencatat dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan cara membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

### 3.6.4 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet Sugiyono (2017:225). Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan Sugiyono (2017:158).

Penyebaran kuesioner dilakukan peneliti sebagai bahan penelitian diberikan kepada masyarakat pembeli tiket pesawat dikabupaten Lumajang. Dengan penyebaran kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data mengenai Promosi dan harga terhadap kepercayaan masyarakat pembeli tiket pesawat pada maskapai Lion air dikabupaten Lumajang. Pengukuran data untuk variabel promosi dan harga terhadap kepercayaan masyarakat lumajang, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Adapun bentuk skala *likert* Sugiyono (2017:159) antara lain:

- |    |   |   |
|----|---|---|
| a. | Setuju/selalu/sangat positif diberi skor                    | 5 |
| b. | Setuju/sering/positif diberi skor                           | 4 |
| c. | Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor                  | 3 |
| d. | Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor        | 2 |
| e. | Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif diberi skor | 1 |

Penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti sebagai bahan penelitian diberikan kepada masyarakat pembeli tiket pesawat dikabupaten Lumajang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai promosi dan harga terhadap kepercayaan masyarakat pada lion air.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal Sugiyono (2009:206).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinearitas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

### 3.7.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

#### a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian Sugiyono (2015:361).

Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antar skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid Sugiyono (2015:173).

#### b. Uji Reabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak

berbeda. Karena data yang reliabel atau konsisten akan cenderung *valid*, walaupun belum tentu *valid* Sugiyono (2015:362).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisiensi *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Dalam pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- 1) *Repeat Measure*: Disini seorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dari jawabannya.
- 2) *One shot*: disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Ada suatu nilai ketentuan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha  $\geq 0,60$  Nunnally (1967) dalam Kurniawan (2014:102).

### 3.7.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan kolerasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas dan variabel dependen memiliki hubungan yang *linier* (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk

semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi  $Y$ . Artinya, nilai  $(Y - \hat{Y})$  harus sama untuk semua nilai  $Y$ . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut 'homoscedasticity'. Selain itu, nilai residual atau  $(Y - \hat{Y})$  harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.

- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak kolerasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "autocorelation" atau "otokorelasi". Otokolerasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel independen tidak boleh berkolerasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkolerasi tinggi (positif maupun negatif) disebut "multicollinearity" (Atmaja, 2009:184).

### 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

#### a. Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas diartikan sebagai uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorof Semirnov (KS) yaitu dengan melihat nilai ASYmp.Sig harus lebih besar dari tingkat signifikan 5% Widarjono (2015:90).

#### b. Pengujian Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dipakai untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi Umar (2011:177). Pengujian

multikolinieritas dilakukan dengan melihat  $VIF < 10$  dan nilai tolerance semakin mendekati 1 Widarjono (2015:65).

### c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu kepengamatan-kepengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah Uji Glejser, Uji Rho Spearman, Uji Park atau Uji White. Dalam kasus ini digunakan metode dengan uji Glejser, Uji Park, dan Uji Spearman Kurniawan (2014:158).

#### 3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 Sugiyono (2009:277).



Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = Variabel terikat

X<sub>1</sub> = Variabel bebas pertama

X<sub>2</sub> = Variabel bebas kedua

X<sub>n</sub> = Variabel bebas ke.....n

a dan b<sub>1</sub> serta b<sub>2</sub> = konstanta

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana diantara variabel independen yaitu kepercayaan dan keamanan yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu niat belanja online. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel dependen lainnya.

### 3.7.5. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (kepercayaan dan keamanan) terhadap variabel dependen (niat belanja online).

#### a. Uji t

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen Widarjono (2015:22)

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

Adapun hipotesis pertama sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Promosi tiket pesawat Lion Air berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan masyarakat di Kabupaten Lumajang

H<sub>2</sub> : Hargatiket pesawat Lion Air berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan masyarakat di Kabupaten Lumajang

2) Menentukan level of signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian :

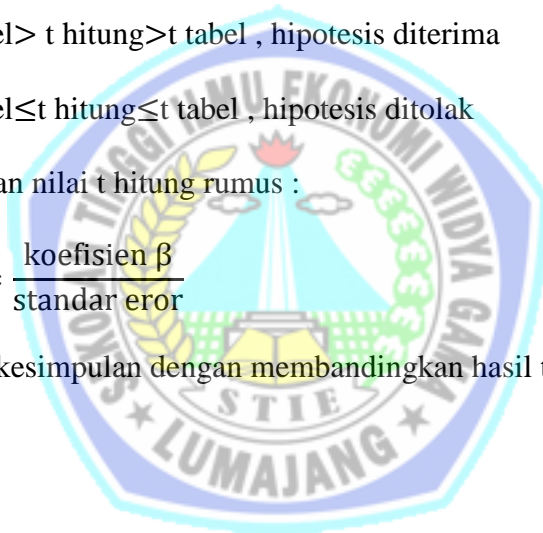
Jika  $-t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  , hipotesis diterima

Jika  $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  , hipotesis ditolak

4) Menentukan nilai t hitung rumus :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{standar eror}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t table.



### b. Uji $F$ (Uji Kelayakan Model)

Uji  $F$  digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikan model regresi. Uji  $F$  ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA) Widarjono (2015:19).

1) Adapun hipotesis ketiga sebagai berikut:

$H_1$  : Terdapat pengaruh promosi dan harga tiket pesawat secara simultan terhadap kepercayaan masyarakat pada lion air.

2) Mencari nilai  $F$  hitung dan nilai  $F$  kritis dari tabel distribusi  $F$ . Nilai  $F$  kritis berdasarkan besarnya  $\alpha$  dan  $df$  dimana besarnya ditentukan oleh numerator ( $k-1$ ) dan  $df$  untuk denominator ( $n-k$ ). Nilai  $F$  hitung dicari dengan formula sebagai berikut:

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

Dimana:  $R^2$  adalah koefisien determinasi;  $n$ = jumlah observasi dan  $k$ = jumlah parameter estimasi termasuk konstanta (intersep).

3) Keputusan menolak atau gagal menolak  $H_0$  sebagai berikut:

Jika  $F$  hitung  $> F$  kritis, maka kita menolak  $H_0$  berarti secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya jika  $F$  hitung  $< F$  kritis maka gagal menolak  $H_0$  yang berarti secara bersama-sama semua variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

Kita bisa menolak hipotesis  $H_0$  uji  $F$  ini dengan melihat nilai probabilitasnya. Jika nilai  $F$  hitung lebih kecil dari nilai probabilitasnya maka menolak

$H_0$  sedangkan sebaliknya jika  $F$  hitung lebih besar dari nilai probabilitasnya maka akan gagal menolak  $H_0$ .

### 3.7.5 Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien  $r^2$ .  $R$  juga hampir serupa dengan  $r$ , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linier sederhana) atau determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R-Square*. Dalam penelitian ini akan digunakan untuk mencari berapa besarnya pengaruh variabel independen yaitu Promosi dan Harga variabel dependen yaitu Kepercayaan masyarakat pada Lion Air di Kabupaten Lumajang (Sanusi, 2011:136).

