

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengungkap hubungan sebab-akibat antar variabel. Menurut Sugiono, (2017), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berpijak pada pandangan positivisme dan diterapkan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistic. Tujuan metode kuantitatif adalah untuk menggambarkan serta menguji hipotesis yang telah ditentukan. Pendekatan kuantitatif menggunakan data numerik yang diambil dari skala pengukuran variabel-variabel yang diteliti.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan nilai yang ditetapkan oleh peneliti pada individu, aktivitas, atau objek tertentu yang memiliki variasi agar dapat menghasilkan kesimpulan, Menurut (Sugiono,2017). Didalam penelitian ini, objeknya meliputi 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen yang digunakan mencakup faktor *Rating* (X1), Diskon (X2), dan *Perceived quality* (X3), sementara variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y).

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Dalam studi ini, data yang dimanfaatkan merupakan data primer. Menurut (paramita Ratna wijaya Daniar, 2021), data primer adalah informasi yang diperoleh melalui berbagai Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data secara langsung. Adapun respondennya adalah

mahasiswa program sarjana (S1) di ITB Widya Gama Lumajang yang melakukan transaksi pembelian secara *online* melalui *platform* Shopee. Sumber Data

Sugiono, (2017) menjelaskan bahwa data diperoleh dari elemen penting dalam menentukan dan memilih teknik pengumpulan data yang tepat. Dalam penelitian ini, data yang digunakan berasal dari sumber internal maupun eksternal.

- a. Data internal mengacu pada informasi yang berasal dari dalam perusahaan dan menggambarkan keadaan serta situasi perusahaan itu sendiri. Contohnya meliputi besarnya modal serta jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Pada penelitian ini, data internal digunakan sebagai, data internal yang diambil mencakup gambaran umum mengenai Data Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang.
- b. Data eksternal adalah informasi yang berasal dari luar perusahaan dan memiliki potensi untuk memengaruhi kinerja perusahaan. Contoh data eksternal meliputi data statistik, data sensus, dan daya beli konsumen yang dapat berdampak pada pendapatan perusahaan. Dalam penelitian ini, data eksternal yang digunakan diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden, yaitu mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang yang telah atau baru saja membeli di Shopee.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan (Sugiono,2017). Populasi pada penelitian yaitu mahasiswa Strata I ITB Widya Gama Lumajang sebanyak 2.424 mahasiswa.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam populasi (Paramita, R. W. D., 2021) Pemilihan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga mampu merepresentasikan populasi secara keseluruhan.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Metode *sampling* yang digunakan adalah *Probability sampling*, Teknik yang digunakan adalah *Stratified Random Sampling*. Teknik pengambilan sampel dimana populasi dibagi terlebih dahulu ke dalam kelompok-kelompok yang disebut strata berdasarkan karakteristik tertentu, lalu dilakukan pengambilan sampel secara acak dari setiap strata.

Tabel 3.1 Data mahasiswa

No	Kriteria dan Prodi	Jumlah Mahasiswa
1.	Mahasiswa S1 Manajemen	1.672
2.	Mahasiswa S1 Akuntansi	501
3.	Mahasiswa S1 Informatika	251
Jumlah		2.424

Sumber: Bagian Sistem Informasi ITB Widya Gama Lumajang

Salah satu cara untuk menentukan jumlah sampel adalah 2.424 dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus ini dirancang untuk menghitung jumlah sampel minimal ketika perilaku suatu populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus ini sering digunakan dalam penelitian yang melibatkan objek tertentu dalam populasi yang besar, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengambil sampel yang *representative* dari populasi tersebut.

Rumus teknik Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: Sampel

N: Populasi

e: Perkiraan tingkat kesalahan (10%)

Maka dapat dihitung

$$n = \frac{2.424}{1 + 2.424(10\%)^2}$$

$$n = \frac{2.424}{1 + 2.424(0,01)}$$

$$n = \frac{2.424}{25,24}$$

$$n = 96 \text{ mahasiswa}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden dengan pembagian sampel dilakukan sesuai prodi/strata mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang sebagai berikut:

Tabel 3.2 Perhitungan

No	Prodi	Jumlah Mahasiswa	Slovin
1.	Manajemen	1.672	$1.672/2.424 \times 96 = 66$
2.	Akuntansi	501	$501/2.424 \times 96 = 20$
3.	Informatika	251	$251/2.424 \times 96 = 10$
Jumlah		2.424	96 Responden

Sumber: Bagian Sistem Informasi ITB Widya Gama Lumajang

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada karakteristik atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, atau aktivitas tertentu, yang memiliki variasi yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2019).

a. Variabel Dependen

Variabel dependen atau yang juga dikenal sebagai variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi dampak dari keberadaan variabel bebas (Sugiono, 2019). Dalam penelitian ini, variabel terikat yang dianalisis adalah keputusan pembelian (Y).

b. Variabel Independen

Variabel independen adalah faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiono, 2019). Dalam penelitian ini, variabel independen yang diteliti mencakup *rating*, diskon, dan *perceived quality*.

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah penjelasan dalam penelitian yang menggambarkan sifat atau ciri-ciri dari suatu permasalahan atau konsep yang menjadi fokus kajian.

a. *Rating*

Rating adalah ulasan atau umpan balik yang diberikan konsumen ke penjual dalam bentuk simbol bintang terkait kualitas informasi, kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan pelayanan (Sukirman et al., 2023).

b. Diskon

Diskon dapat diartikan sebagai potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai bentuk penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang dianggap menguntungkan bagi penjual (Arwana & Purnomo, 2024).

c. *Perceived quality*

Perceived quality merupakan sekumpulan faktor yang terdapat pada suatu barang atau hasil yang menentukan sejauh mana barang atau hasil tersebut memenuhi tujuan penggunaanya (Sofyan, 2017).

d. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah proses utama yang memiliki kaitan dengan kebutuhan yang harus dipenuhi sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini mencakup berbagai

pilihan yang dimiliki konsumen, yang perlu dievaluasi untuk memberikan lebih banyak opsi yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Rusmanida, 2020).

3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan uraian tentang bagaimana suatu variabel akan dijalankan atau diukur dalam konteks penelitian.

a. *Rating*

Penilaian terhadap produk *online* merupakan salah satu metode yang digunakan konsumen untuk menilai kualitas produk tersebut, meskipun kadang-kadang terdapat bias dalam proses penilaiannya. (Achmad Rasyad & Budianto, 2023).

- 1) Kualitas informasi
- 2) Kepercayaan
- 3) Kepuasan

Berdasarkan pada indikator *rating*, kuesioner disusun dengan menggunakan jawaban dalam bentuk skala *Likert* sebagai berikut:

1. Saya merasa Informasi yang diberikan mengenai *lip cream* OMG lengkap dan mencakup semua aspek yang saya butuhkan.
2. Saya merasa Informasi yang diberikan mengenai *lip cream* OMG mudah dipahami namun memerlukan tambahan.
3. Saya merasa aman dalam menggunakan informasi mengenai *lip cream* OMG untuk pengambilan keputusan.
4. Saya percaya bahwa informasi yang diberikan mengenai *lip cream* OMG akurat dan dapat diandalkan.
5. Saya merasa puas dengan kualitas informasi yang diberikan mengenai *lip cream* OMG.
6. Saya merasa *lip cream* OMG tahan lama dan tidak mudah pudar.

b. *Diskon*

Diskon pada *e-commerce* Shopee didefinisikan sebagai pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli untuk meningkatkan daya tarik produk dan mendorong keputusan pembelian.

Indikator-indikator variabel diskon menurut (Achmad Rasyad & Budianto, 2023) antara lain:

- 1) Besarnya potongan harga
- 2) Masa potongan harga
- 3) Produk yang mendapatkan diskon

Berdasarkan indikator diskon maka disusun kuerioner dengan jawaban dalam skala likert berikut ini:

1. Saya lebih memilih produk *lip cream* OMG dengan diskon besar dibandingkan produk tanpa diskon.
2. Saya merasa besarnya potongan harga sangat memengaruhi keputusan saya dalam membeli *lip cream* OMG.
3. Saya merasa puas jika mendapatkan diskon dalam jumlah yang signifikan saat membeli *lip cream* OMG.
4. Saya merasa Masa berlaku diskon yang lebih lama pada *lip cream* OMG memberikan saya waktu yang cukup untuk mempertimbangkan pembelian.
5. Saya sering mencari informasi tentang durasi diskon *lip cream* OMG sebelum memutuskan untuk membeli.
6. Saya cenderung membeli *lip cream* OMG yang sebelumnya tidak saya rencanakan jika mendapatkan diskon menarik.
7. Saya lebih tertarik membeli produk *lip cream* OMG ketika mendapatkan diskon.

c. *Perceived quality*

Perceived quality di *e-commerce* shopee adalah persepsi konsumen terhadap kualitas produk atau layanan, melampaui aspek fisik seperti fitur dan mencakup elemen non-fisik seperti reputasi merek dan pengalaman sebelumnya.

Indikator-indikator yang mempengaruhi persepsi kulaitas pada Shopee antara lain:

- 1) Kinerja produk
- 2) Produk unggulan
- 3) Berkualitas sangat baik

Berdasarkan indikator *perceived quality* produk maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert sebagai berikut:

1. Saya puas dengan kualitas *Lip Cream* OMG termasuk ketahanan warna, tekstur, dan kenyamanan saat digunakan.
2. Saya merasa Harga *Lip Cream* OMG sebanding dengan kualitas yang saya terima.
3. Saya memilih *lip cream* OMG karena memiliki reputasi sebagai produk unggulan.
4. Saya menganggap *lip cream* OMG sebagai salah satu yang terbaik di kategorinya.
5. Saya merasa *Lip cream* OMG memiliki tekstur yang lembut dan mudah diaplikasikan di bibir
6. Saya merasa Warna *lip cream* OMG tahan lama dan tidak mudah pudar sepanjang hari.

d. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah tahapan konsumen dalam proses pembelian, yang merupakan komponen dari sikap konsumen saat memutuskan untuk membeli produk.

Indikator keputusan pembelian, menurut (Keller&kotler, 2017) antara lain:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian

5. Perilaku setelah pembelian

Berdasarkan indikator keputusan pembelian maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert berikut ini:

1. Saya mulai mencari produk *lip cream* OMG ketika merasa ada kekurangan pada produk yang saya gunakan saat ini.
2. Saya mempertimbangkan untuk membeli *lip cream* OMG ketika kebutuhan saya tidak terpenuhi oleh produk sebelumnya.
3. Saya lebih percaya pada ulasan atau rekomendasi orang lain sebelum membeli *lip cream* OMG.
4. Saya mengunjungi beberapa toko atau situs web sebelum membeli *lip cream* OMG untuk mendapatkan informasi terbaik.
5. Saya mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dari setiap pilihan produk sebelum membeli *lip cream* OMG.
6. Saya memilih *lip cream* OMG berdasarkan perbandingan fitur, harga, dan kualitas.
7. Saya cenderung membeli *lip cream* OMG dari merek yang sudah saya percaya.
8. Saya merasa yakin dengan keputusan saya dalam membeli *lip cream* OMG.
9. Saya merasa puas dengan *lip cream* OMG yang saya beli.
10. Saya bersedia membeli kembali *lip cream* OMG jika kualitasnya tetap terjaga.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena, baik yang bersifat alamiah maupun sosial, yang sedang diamati (Sugiono, 2019). Sedangkan skala pengukuran penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian (Paramita, R. W. D., 2021). Penelitian ini menggunakan skala ordinal sebagai metode pengukurannya.. Skala ordinal menunjukkan urutan atau

peringkat objek berdasarkan karakteristik tertentu, tetapi tidak menjelaskan jarak antar peringkat.

Indikator variabel adalah dasar dari instrumen penelitian ini. Selain itu, instrumen dan skala pengukurannya disusun seperti berikut:

Tabel 3.3 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Rating	Kualitas informasi	Saya merasa Informasi yang diberikan mengenai <i>lip cream</i> OMG lengkap dan mencakup semua aspek yang saya butuhkan dan Informasi yang diberikan mengenai <i>lip cream</i> OMG mudah dipahami namun memerlukan tambahan.	Ordinal	(Sukirman, 2023)
	Kepercayaan	Saya merasa aman dalam menggunakan informasi mengenai <i>lip cream</i> OMG untuk pengambilan Keputusan dan percaya bahwa informasi yang diberikan mengenai <i>lip cream</i> OMG akurat dan dapat diandalkan.		
	Kepuasan pelanggan	Saya merasa puas dengan kualitas informasi yang diberikan mengenai <i>lip cream</i> OMG. Saya merasa <i>lip cream</i> OMG tahan lama dan tidak mudah pudar.		
Diskon	Besarnya potongan harga	Saya lebih memilih produk <i>lip cream</i> OMG dengan diskon besar dibandingkan	Ordinal	(Achmad Rasyad & Budianto,

		produk tanpa diskon dan besarnya potongan harga sangat memengaruhi keputusan saya dalam membeli lip cream OMG.		2023)
	Masa potongan harga	Saya merasa Masa berlaku diskon yang lebih lama pada lip cream OMG memberikan saya waktu yang cukup untuk mempertimbangkan pembelian dan sering mencari informasi tentang durasi diskon lip cream OMG sebelum memutuskan untuk membeli.		
	Produk yang mendapatkan diskon	Saya cenderung membeli lip cream OMG yang sebelumnya tidak saya rencanakan jika mendapatkan diskon menarik dan lebih tertarik membeli produk lip cream OMG ketika mendapatkan diskon.		
<i>Perceived quality</i>	Kinerja produk	Saya puas dengan kualitas Lip Cream OMG termasuk ketahanan warna, tekstur, dan kenyamanan saat digunakan dan Harga Lip Cream OMG sebanding dengan kualitas yang saya terima.	Ordinal	(Amelindha, 2024)
	Produk unggulan	Saya memilih lip cream OMG karena memiliki reputasi sebagai produk unggulan dan menganggap lip cream OMG sebagai salah satu yang terbaik di kategorinya.		
	Berkualitas sangat baik	Saya merasa Lip cream OMG memiliki tekstur yang lembut dan mudah diaplikasikan di bibir		

		dan Warna lip cream OMG tahan lama dan tidak mudah pudar sepanjang hari.		
Keputusan pembelian	Pengenalan Masalah	Saya mulai mencari produk lip cream OMG ketika merasa ada kekurangan pada produk yang saya gunakan saat ini dan mempertimbangkan untuk membeli lip cream OMG ketika kebutuhan saya tidak terpenuhi oleh produk sebelumnya.	Ordinal	(Damayanti et al., 2023)
	Pencarian informasi	Saya lebih percaya pada ulasan atau rekomendasi orang lain sebelum membeli lip cream OMG dan Saya mengunjungi beberapa toko atau situs web sebelum membeli lip cream OMG untuk mendapatkan informasi terbaik.		
	Evaluasi alternatif	Saya mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dari setiap pilihan produk sebelum membeli lip cream OMG dan memilih lip cream OMG berdasarkan perbandingan fitur, harga, dan kualitas.		
	Keputusan pembelian	Saya cenderung membeli lip cream OMG dari merek yang sudah saya percaya dan yakin dengan keputusan saya dalam membeli lip cream OMG.		
	Perilaku setelah membeli	Saya merasa puas dengan lip cream OMG yang saya beli dan Saya bersedia		

membeli kembali lip
cream OMG jika
kualitasnya tetap
terjaga.

Sumber : Indikator Variabel

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara atau strategi yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian ilmiah, pengumpulan data mengikuti prosedur sistematis yang dirancang untuk memperoleh informasi secara efektif. Para peneliti mengaplikasikan berbagai metode untuk mengumpulkan data antara lain:

3.7.1 Kuesioner

Pada saat pengumpulan data, digunakan kuesioner sebagai alat utama. Para informan diharapkan untuk mengisi seluruh bagian kuesioner dan kemudian mengirimkan formulir yang telah mereka isi kepada peneliti. Proses pengumpulan data ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang berisi serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam penelitian ini (Sugiono, 2019). Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner di ITB Widya Gama Lumajang yang telah melakukan pembelian di Shopee, dengan tujuan untuk menghasilkan data yang digunakan dalam penelitian.

Untuk menguji kuesioner menggunakan skala likert. Menurut (Sugiono, 2019) Skala ini digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan pandangan masyarakat terhadap berbagai isu sosial. Berikut adalah bentuk skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.4 Skala Likert

Pertanyaan	Skor
Sangat setuju/selalu	5
Setuju/sering	4
Ragu – ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiono, 2019

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data dari responden atau sumber lainnya berhasil dikumpulkan (Sugiono, 2019). Analisis data yang digunakan untuk menanggapi pertanyaan masalah dan melakukan perhitungan untuk memverifikasi hipotesis.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif fokus pada teknik pengumpulan data dan penyederhanaan angka-angka yang terlihat. Tujuannya adalah untuk merangkum dan menyajikan hasil data dengan cara yang lebih mudah dipahami. Selain itu, statistik deskriptif juga mengeksplorasi pemusatan dan penyebaran data, sehingga memberikan Gambaran umum yang menarik dan informatif.

3.8.2 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana kuesioner yang diisi mampu menghasilkan data atau informasi yang dibutuhkan. Menurut (Sugiono, 2019) sebuah instrumen dianggap valid jika mampu menggali informasi yang diinginkan dan menunjukkan data dari variabel yang diteliti dengan akurat.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan melalui analisis korelasi produk-momen, Dimana skor setiap item dibandingkan dengan skor keseluruhan (paramita Ratna wijaya Daniar, 2021) Suatu faktor dianggap kuat jika semua korelasinya positif dan memiliki nilai minimal 0,3. Dalam konteks penelitian ini, item dalam instrumen dianggap tidak valid jika korelasi antar skor item berada dibawah 0,3.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana indikator dapat dipercaya sebagai alat untuk mengumpulkan data. Ini terkait dengan Tingkat ketandalannya; istilah “*reliable*” menunjukkan bahwa sesuatu dapat dipercaya dan diandalkan (Sugiono, 2019). Konsep reliabilitas, terutama dalam konteks instrumen pengukuran, berhubungan dengan kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pengukuran dan pengambilan sampel, yang dapat memengaruhi konsistensi hasil ketika pengukuran dilakukan kembali pada responden lain.

Uji reliabilitas data dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan perhitungan nilai *Cronbach's Alpha*. Sebuah penelitian dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* setidaknya mencapai 0,8. Namun, terdapat pandangan lain yang menyebutkan bahwa nilai minimal 0,6 sudah dapat menunjukkan bahwa data tersebut reliabel (Algifari, 2015). Kriteria nilai *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3

Indeks Kriteria Reliabilitas

Internal Alpha Cronbach's	Tingkatan Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang reliabel
0,201 – 0,40	Agak reliabel
0,401 – 0,60	Cukup reliabel
0,601 – 0,80	Reliabel
0,801 – 1,00	Sangat reliabel

Sumber : Nugroho (2018)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang dikumpulkan, uji asumsi klasik dilakukan. Uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas adalah beberapa uji yang dilakukan pada riset ini.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Sebuah model regresi yang baik seharusnya menghasilkan residual yang

terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, pengujian normalitas tidak dilakukan terhadap masing-masing variabel secara terpisah, melainkan difokuskan pada nilai residual secara keseluruhan.

Salah satu kriteria dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk menentukan hasilnya dapat dilihat dari nilai signifikansi yang diperoleh melalui metode *Mento Carlo* (paramita Ratna wijaya Daniar, 2021). Berikut adalah pedoman pengujian normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*:

- 1) Jika nilai signifikansi melebihi 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal, namun jika nilainya kurang dari atau sama dengan 0,05, data dinyatakan tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka residual dianggap tidak mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna diantara variabel independen. Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Adanya multikolineritas menyebabkan suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. Multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*variance inflation fakcor*), Dimana jika nilai VIF dibawah 10 maka bisa dikatakan multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolinearitas (Sugiono, 2019).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan varian dari *residual* antara satu pengamat dan pengamat lainnya dalam suatu model regresi (Sugiyono, 2019). Jika varian residual diantara pengamat konsisten, maka kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varian tersebut bervariasi, maka dapat dikategorikan sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal adalah yang bebas dari

heteroskedastisitas, karena hal ini mencerminkan data yang mewakili berbagai ukuran secara lebih akurat.

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, kita dapat menganalisis grafik *scatter plot* yang memperlihatkan hubungan antara *SREISID* dan *ZPRED*. Pada grafik tersebut, sumbu Y mempresentasikan nilai yang telah diprediksi, sedangkan sumbu X menunjukkan residualnya. Berikut adalah dasar analisis yang digunakan dalam penelitian ini:

- 1) Jika muncul pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang atau menyebar lalu menyempit), hal ini terjadi adanya heteroskedastisitas.
- 2) Sebaliknya, titik-titik tersebut dianggap bersifat heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik tersebut tersebar di sepanjang sumbu Y baik di atas maupun dibawah angka 0.

3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah suatu regresi yang dimana variabel terikat dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (Sugiono, 2019). Analisis yang regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen dan dependen. Rumus regresi linier berganda dinyatakan sebagai berikut :

$$KP = \alpha + \beta^1 \textit{Rating} + \beta^2 \textit{Diskon} + \beta^3 \textit{Perceived quality} + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan pembelian

α = Konstanta

β^1 = Koefisien Regresi *Rating*

β^2 = Koefisien Regresi *Diskon*

β^3 = Koefisien Regresi *Perceived quality*

e = error

3.8.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan hasil pengujian. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Terdapat dua kemungkinan dalam hasil pengujian hipotesis, yaitu menerima atau menolak hipotesis. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji-t untuk mengetahui secara individual pengaruh variabel independen (*Rating*, diskon, *perceived quality*) dan variabel dependen (Keputusan pembelian) selain itu juga menggunakan uji-F atau kelayakan model.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji-t atau disebut dengan uji parsial memiliki tujuan untuk menguji seberapa signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen yang ada (Sugiono, 2017). Untuk menguji pengaruh *Rating* (X_1), Diskon (X_2), dan *Perceived quality* (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y), penelitian ini menggunakan uji parsial (uji t). Beberapa langkah yang dilakukan dalam menguji secara parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis Pertama

H_0 : *Rating* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Lip Cream* OMG di *E-commerce* Shopee.

H_a : *Rating* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Lip Cream* OMG di *E-commerce* Shopee.

b. Hipotesis Kedua

H_0 : Diskon tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Lip Cream* OMG di *E-commerce* Shopee.

H_a : Diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Lip Cream* OMG di *E-commerce* Shopee.

c. Hipotesis Ketiga

H_0 : *Perceived Quality* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Lip Cream* OMG di *E-commerce* Shopee.

H_a : *Perceived Quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Lip Cream* OMG di *E-commerce* Shopee.

2) Menetapkan *Level of Signifikance* yang digunakan sebesar $\alpha = 5\%$ (0,05).

a. Apabila nilai signifikan terbentuk $< 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen dengan dependen.

b. Apabila nilai signifikan terbentuk $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Kriteria Pengujian

a. Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ (5%) maka H_0 diterima sedangkan H_a ditolak.

b. Jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ (5%) maka H_a diterima sedangkan H_0 ditolak.

4) Hitung nilai t_{tabel} dengan rumus $df = N-2$, df merupakan derajat kebebasan, dan n adalah jumlah sampel. Nilai signifikan kurang dari 0,05 menunjukkan penerimaan hipotesis, yang berarti bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Begitu sebaliknya jika nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan penolakan hipotesis yang berarti bahwa variabel independent tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

5) Buat Kesimpulan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} yang dihitung.

3.8.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Kemampuan model untuk menjelaskan variabel variabel dependen dinilai dengan menggunakan analisis koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) rendah, berkisar

antara 0 dan 1 menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi (R^2) tinggi dan mendekati 1 berarti hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan perubahan variabel terkait disediakan oleh variabel bebas.

Besarnya bantuan yang diberikan oleh sejumlah variabel bebas seperti *Rating* (X1), diskon(X2), dan *perceived quality* (X3) diukur dengan koefisien determinasi (R^2) dalam kaitannya dengan turun naiknya variabel terkait (Y) keputusan pembelian di *e-commerce* shopee. Nilai ukuran ini biasanya dinyatakan dalam persen (%).

3.8.7 Uji F (Kelayakan Model)

Uji kelayakan model yang sering disebut uji F, dilakukan untuk menilai sejauh mana variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Tujuan dari uji kelayakan model adalah untuk menentukan apakah model yang digunakan dalam penelitian ini valid dan layak diterapkan. Pentingnya melakukan uji kelayakan model menjadi lebih signifikan ketika penelitian melibatkan lebih dari satu variabel independen (Sugiono, 2019). Berikut adalah langkah-langkah yang digunakan dalam uji kelayakan model (Uji F).

1. Menentukan F hitung dengan derajat kepercayaan yang digunakan adalah 5% (0,05)
 - a. Apabila nilai signifikan uji F $\leq 0,05$ maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.
 - b. Apabila nilai signifikan terbentuk $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan dependen.
2. Kriteria Pengujian
 - a. Jika nilai *p-value* dari F $\geq \alpha$ sebesar 5% atau 0,05 maka artinya model penelitian tidak layak untuk digunakan. Dalam hal ini H_0 diterima.
 - b. Jika nilai *p-value* dari F $> \alpha$ sebesar 5% atau 0,05 maka artinya model penelitian layak untuk digunakan. Menentukan tariff nyata sebesar 5%.