

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan ini adalah jenis penelitian kuantitatif. “Penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang bertujuan menganalisis gejala sosial yang terjadi di masyarakat saling berhubungan satu sama lain” (Martono dalam Sudaryono, 2018:92).

Sedangkan menurut Sugiyono (2014:6) penelitian kuantitatif ialah metode tradisional yang sudah mentradisi dan metode ini sebagai metode ilmiah yang telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

Untuk menganalisis pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Maka dalam penelitian ini, digunakan teknis analisis linear berganda. Dengan teknik tersebut dapat di uji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara parsial antara variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan konsumen (X2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Serta dapat diketahui bahwa kedua variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

3.2. Obyek Penelitian

Adapun obyek penelitian ini adalah variabel independen berupa kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan konsumen (X2) serta terhadap variabel dependen (Y) berupa keputusan pembelian.

Dalam penelitian di Tokopedia ini, adapun pertimbangan –pertimbangan yang mendasari peneliti memilih Tokopedia:

- a. Ketersediaan waktu yang dimiliki dan biaya yang tidak begitu besar dalam pelaksanaan proses penelitian.
- b. Perkembangan Toko online yang cukup pesat.

Obyek penelitian ini adalah variabel independen berupa kualitas produk dan pelayanan, dan variabel dependen keputusan pembelian.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut :

a. Data Primer

“Data primer adalah sebuah data yang diperoleh dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan dari sumber objeknya. Maksudnya penemuan data tersebut memang berasal dari lokasi yang diteliti (Bungin, 2005:132).”Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung berupa hasil pengisian kuesioner oleh responden terhadap Tokopedia di Lumajang. Kuesioner berisi tentang kualitas

pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *online* di Tokopedia pada masyarakat Kabupaten Lumajang.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber kedua atau data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi. Maksudnya data tersebut tidak berasal dari sumber utama dan sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Bungin, 2005:132). Data sekunder dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen Tokopedia di Kabupaten Lumajang.

3.3.2. Sumber Data

a. Data Internal

Suryani dan Hendryadi (2015:170-171) mengatakan bahwa data internal ialah sebuah data yang tertera didalam data sekunder atau data yang menggambarkan sebuah kegiatan didalam suatu organisasi. Data internal yang digunakan dalam penelitian ini adalah profil dari Tokopedia.

b. Data Eksternal

Suryani dan Hendrayadi (2015:171) sedangkan data eksternal berbanding terbalik dari data sebelumnya yaitu data internal. Data eksternal berasal dari sumber luar yang artinya tidak didapat dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi, artinya data tersebut berasal dari luar. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mengenai berbagai informasi terkait serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:148). Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang telah membeli online pada Tokopedia di Lumajang.

3.4.1. Sampel

Menurut Suryani dan Hendrayadi (2015:192) menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian dari kelompok perorangan yang akan diambil salah satu untuk diteliti dan hasilnya akan direpresentasikan terhadap suatu kelompok secara keseluruhan atau yang dituju.

Supaya hasil penelitian ini akurat dan dapat dipercaya maka penarikan sampel ini harus dilakukan secara seksama agar tidak terjadi manipulasi. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* ialah suatu cara teknik pengambilan yang mengambil anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan status dalam suatu populasi. Pengambilan ini dilakukan pada masyarakat kabupaten Lumajang yang belanja online di Tokopedia

Metode pengukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods for Business* dalam Sugiyono, 2015:164) sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian harus lebih dari 30 dan kurang dari 500.
- b. Di mana sampel dipecah dalam kategori (pria-wanita, pegawai negeri-swasta, junior-senior dan lain-lain).
- c. Dalam penelitian analisis dengan multivariat (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya minimal 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel adalah $20 \times 3 = 60$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu regresi linier berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen maka ukuran sampel yang diambil minimal 20×3 variabel = 60 anggota sampel.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1. Identifikasi variabel

Menurut Sugiyono (2014:38) variabel penelitian merupakan suatu objek dalam penelitian yang secara langsung ditentukan oleh peneliti guna mendapatkan informasi – informasi yang kemudian ditentukan kesimpulan dari informasi yang telah didapatkan.

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel, yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, serta 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

Variabel independen atau yang biasa disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi penyebab berubahnya variabel dependen (Sugiyono, 2014:39). Variabel independen pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Kualitas Pelayanan (X1)
- 2) Kepercayaan Konsumen (X2)

b. Variabel Dependen

Variabel Dependen atau yang biasa disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014:39). Variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu keputusan pembelian (Y).

3.5.2. Definisi Operasional Variabel

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan secara keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang di rasakan konsumen (Model Oliver, 1993 dalam Lena Ellitan dan Lina Anatan, 2007:183).

Indikator dari variabel kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini menurut (Lena Ellitan dan Lina Anatan, 2007:184) adalah:

- 1) Berwujud
- 2) Keandalan
- 3) Daya tanggap
- 4) Jaminan
- 5) Empati

b. Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen dapat dipahami sebagai kesediaan suatu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang teroercaya. (Mayer et al, 1995 dalam Donni Juni Priansa, 2007:116)

Indikator dari variabel kepercayaan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini menurut (Rawlins (2007) dalam Donni Juni Priansa, 2007:123)

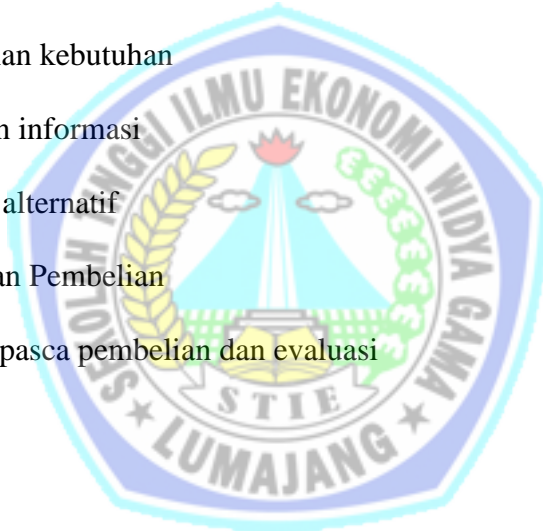
- 1) Kepuasan
- 2) Skala interpersonal
- 3) Terpercaya
- 4) Hasil kepercayaan

c. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian akan dilakukan dengan menggunakan kaidah menyeimbangkan sisi positif dan negatif suatu merek ataupun mencari solusi terbaik dari perspektif konsumen yang setelah dikonsumsi akan dievaluasi kembali. (Schiffman dan Kanuk dalam Sudaryono, 2016:102)

Adapun indikator yang digunakan untuk keputusan pembelian ini merujuk pada tahapan keputusan pembelian yang digunakan konsumen (Abdullah dan Tantri, 2012, dalam Sugiono 2016:110) adalah :

- 1) Pengenalan kebutuhan
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan Pembelian
- 5) Perilaku pasca pembelian dan evaluasi



d. Instrumen Penelitian

Tabel 3.1. Variabel, Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

No.	Variabel	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Kualitas Pelayanan	1.1. Fasilitas Situs web dan Aplikasi Tokopedia lengkap dan mudah dipahami. 1.2. Pelayanan yang diberikan Tokopedia memuaskan. 1.3. Pelayanan yang diberikan Tokopedia segera dan cepat. 1.4. Tokopedia dapat dipercaya dalam jual beli. 1.5. Kemudahan komunikasi antara penjual dan pembeli.	Ordinal	Lena Ellitan dan Lina Anatan, (2007:184)
2.	Kepercayaan Konsumen	2.1. Saya puas berbelanja di Tokopedia. 2.2. Saya percaya berbelanja di Tokopedia. 2.3. Pengiriman barang aman dan terpercaya. 2.4. Barang yang dipesan sesuai dengan gambar pada situs web atau aplikasi Tokopedia	Ordinal	Rawlins (2007) dalam Donni Juni Priansa, (2007:123)
3.	Keputusa Pembelian	3.1. Saya membeli produk di Tokopedia karna membutuhkannya. 3.2. Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli. 3.3. Saya mmencari perbandingan dengan toko online lain sebelum memutuskan untuk membeli 3.4. Saya pasti melakukan pembelian di Tokopedia. 3.5. Saya puas dengan produk Tokopedia	Ordinal	Abdullah dan Tantri, (2012) dalam Sugiono, (2016:110)

Sumber: Intstrumen Penelitian

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Observasi

Bungin (2005:143) menjelaskan bahwa observasi atau pengamatan adalah kemampuan manusia dalam menggunakan panca indra mata untuk melakukan sebuah pengamatan yang dibantu pancaindra lainnya.

Sedangkan Sarwono (2006:224) menjelaskan observasi ialah melakukan pencatatan secara sistematis kejadian, perilaku, obyek yang dilihat dan hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang langsung ke konsumen Tokopedia di Lumajang.

3.6.2. Wawancara

“Wawancara (*interview*) adalah sebuah proses untuk mendapat keterangan yang jelas dengan tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka (*face to face*) pewawancara dengan orang yang diwawancarai atau responden (Bungin, 2005:136). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan konsumen Tokopedia di Lumajang.

3.6.3. Dokumentasi

Menurut Sarwono (2006:225) kajian dokumen merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat, pengumuman, dan bahan tulisan lainnya.

3.6.4. Kuesioner

“Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:148).”

Pengukuran data untuk variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian, dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Skala *likert* yang digunakan untuk mengukur dukungan organisasi menurut Vagias (2006) sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|---|
| a. Sangat setuju | 5 |
| b. Setuju | 4 |
| c. Netral | 3 |
| d. Tidak setuju | 2 |
| e. Sangat tidak setuju | 1 |

3.7 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2012:426) dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

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

3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Penelitian lain juga menjelaskan uji instrumen adalah alat pengukur yang merupakan faktor penting dalam menghimpun data yang diharapkan (Indrawan dan Yaniati, 2014:123). Untuk melihat baik tidaknya alat pengukuran, dapat diketahui dengan melihat kriteria utamanya, yaitu: (a) validitas, yaitu tingkat dimana sebuah pengujian benar-benar diukur, (b) reliabilitas, dengan akurasi dan presisi dari sebuah prosedur pengukuran, (c) kepraktisan, rentang yang luas dari faktor ekonomi, kenyamanan, dan kemudahan penafsiran.

a. Pengujian Validitas

Sugiyono (2012:455) berpendapat Validitas ialah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Pengujian validitas ini menggunakan rumus (Suliyanto, 2005:42 dalam Kurniawan, 2014:90) sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r = Korelasi
- n = Jumlah data
- X = Variabel independen
- Y = Variabel dependen

(Sugiyono, 2012:178) Berpendapat Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian (Sugiyono, 2012:456)

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara (Ghozali, 2008:42 dalam Kurniawan, 2014:102) yaitu:

- 1) *Repeat Measure*: Di sini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dari jawabannya.
- 2) *One Shot*: Di sini pengukuran hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Ada suatu nilai ketentuan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α)

Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha >0.60 (Nunnally, 1967 dalam Kurniawan, 2014:103). Teknik perhitungan Manual Cronbach Alpha yaitu dengan rumus reliabel:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

keterangan:

k = Banyak item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = Jumlah varians butir

$\sigma^2 t$ = Varians total

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dalam pengujian ini dijabarkan sebagai berikut:

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Hikmawati (2017:76) menyatakan uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui variabel dependen, variabel independen atau pun keduanya memiliki distribusi normal, mendekati atau tidak berdistribusi sama sekali. Model regresi yang bagus adalah berdistribusi normal atau mendekati, hal tersebut dapat diketahui dengan adanya penggambaran penyebaran pada data di grafik. Apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonalnya maka dapat dikatakan regresi tersebut diasumsikan normal.

b. Pengujian Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya menjadi terganggu. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Kurniawan, 2014:157).

Beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah Tolerance.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.
- 3) Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai R^2 maupun Adjusted R^2 di atas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinieritas.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan 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 di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, uji Rho Spearman, uji Park atau uji White (Kurniawan, 2014:158).

3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas” (Sanusi, 2012:134).

Bentuk umum persamaan ini antara lain (Kurniawan, 2014:194) :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + \dots + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Nilai dari variabel dependen (variabel tidak bebas/ variabel terikat/ variabel yang dipengaruhi)

a = Koefisien konstanta

X_1 = Nilai dari variabel independen pertama

X_2 = Nilai dari variabel independen kedua

ε = Error

3.7.4. Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel independen yaitu X_1 dan X_2 terhadap variabel dependen yaitu Y .

a. Uji t (Uji Parsial)

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

Berikut langkah-langkah Pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis.

Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *online* pada Tokopedia di Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *online* pada Tokopedia di Lumajang.

Hipotesis Kedua

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *online* pada Tokopedia di Lumajang.
- H_a : Terdapat pengaruh secara parsial antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *online* pada Tokopedia di Lumajang.

Hipotesis Ketiga

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *online* pada Tokopedia di Lumajang.
- H_a : Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *online* pada Tokopedia di Lumajang.

- 1) Menentukan level signifikansi $\alpha=5\%$
- 2) Menentukan kriteria pengujian:

Apabila $-t \text{ tabel} > t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Apabila $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

- 3) Menemukan nilai t hitung dengan rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar error}}$$

- 4) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji parameter hasil estimasi terhadap suatu nilai tertentu, namun pengujian standar yang dilakukan pada sebagian besar *software* statistic adalah menguji beberapa parameter hasil estimasi terhadap nilai-nilai tersebut sama dengan nol. Prosedur pengujian memakai statistik F terdiri dari dua cara, yaitu dengan membandingkan nilai R_2 antara dua model dan memakai restriksi matriks $R\beta = r$ atau disebut sebagai pengujian umum (general) (Ekananda, 2015:67).

Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen yang simultan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada Tokopedia di Lumajang.
- H_a : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen yang simultan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada Tokopedia di Lumajang.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Apabila $-t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Apabila $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

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) / determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R-Square* (Sanusi, 2011:136).

Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini adalah untuk mencari besarnya pengaruh antara variabel independen yaitu dampak kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *online* di Tokopedia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Lumajang).

