

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Rancangan Penelitian

“Rancangan penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) yaitu menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya” (Husein Umar, 2008:166). “Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat *kausal*”. Sugiyono (2008: 36) menyatakan bahwa penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y), 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 secara simultan antara variabel independen (X) yaitu kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ) dan kualitas informasi ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan pembelian.

#### 3.2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah variabel kepercayaan dan kemudahan serta kualitas informasi pada situs Bukalapak.com.

### 3.3. Sumber dan Jenis Data

#### 3.3.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal , sebagai berikut :

##### 3.3.1.1.Data Internal

“Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi tersebut”. (Mudrajad Kuncoro, 2007:25).

##### 3.3.1.2 Data Eksternal

“Data eksternal merupakan data yang berasal dari luar organisasi tersebut”. (Mudrajad Kuncoro, 2007:25). Data eksternal dari penelitian ini adalah penelitian terdahulu yang relevan.

#### 3.3.2. Jenis Data

##### 3.3.3. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (Indriantoro,2013:146) . Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu *member* atau *non member* yang telah melakukan pembelian pada situs jual beli Bukalapak.comperiode bulan Januari sampai April 2016.

##### 3.3.4. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2004:129) “merupakan data atau sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”.Indriantoro dan Supomo (2013:147),“data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data”.

### 3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115) menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah semua *member* atau *non member* yang telah melakukan pembelian secara *online* pada situs *online shopping* Bukalapak.com pada bulan Januari samapai April 2016.

#### 3.4.2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2008:80). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Dengan pendekatan *Accidental sampling*, yaitu “teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data”, (Sugiyono, 2011:67). Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2009:129), sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate ( korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 (sepuluh) kali dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk di dalamnya adalah jumlah variabel independen dan dependen.
- 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 analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil minimal =  $10 \times 4$  variabel = 40 anggota sampel. Oleh karena itu peneliti mengambil sampel sebanyak  $10 \times 4 = 40$  untuk semua variabelnya.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1. Wawancara**

Wawancara atau *interview* adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden (Sugiyono, 2008:92).

#### **3.5.2. Observasi**

Merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung obyek penelitian, guna menambah data dan informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2009:93).

### 3.5.3. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen, buku atau arsip yang ada di dinas yang telah dipublikasikan dan dikaitkan dengan penelitian (Sugiyono, 2009:92).

### 3.5.4. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang dikirimkan kepada responden, baik secara langsung maupun dengan bantuan pemilik usaha (Sugiyono,2008:90). Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada responden langsung. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapat data tentang pengaruh kepercayaan pelanggan , kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian.

Pengukuran data untuk variabel kepercayaan pelanggan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Untuk mengukur sikap dalam penelitian ini digunakan skala likert. Adapun bentuk skala *likert* menurut Jonathan Sarwono (2008:96) sebagai berikut :

- Sangat setuju (SS) diberi skor 5
- Setuju (ST) diberi skor 4
- Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
- Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

## 3.6. Variabel Penelitian

### 3.6.1. Identifikasi Variabel

Sugiyono (2009:58-59) mengemukakan bahwa variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 4 (empat) variabel yaitu 3 (tiga) variabel independen/bebas dan 1 (satu) variabel dependen/terikat. Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam yaitu variabel independen dan variabel dependen.

### **3.6.2. Variabel Independen**

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain, sering disebut dengan variabel yang mendahului (Indriantoro dan Supomo, 2013:27). Variabel yang dilambangkan dengan (X) ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah :

- a. Kepercayaan pelanggan ( $X_1$ )
- b. Kemudahan ( $X_2$ )
- c. Kualitas informasi ( $X_3$ )

### **3.6.3. Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dan sering disebut sebagai variabel konsekuensi. (Indriantoro dan Supomo, 2013:37). Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali

berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Variabel ini 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. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y).

#### **3.6.4. Definisi Konseptual Variabel**

Definisi konseptual variabel adalah suatu definisi yang mengacu pada definisi yang dikemukakan pakar. Definisi konseptual variabel adalah suatu karakteristik variabel tersebut yang diamati (Azwar, 2010:74). Definisi konseptual variabel dalam penelitian ini adalah kepercayaan pelanggan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ) dan kualitas informasi ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian Situs Bukalapak.com. Teori yang mendasari konsep kepercayaan pelanggan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah literatur-literatur yang berhubungan dengan keempat variabel penelitian tersebut.

##### **a) Kepercayaan ( $X_1$ )**

Menurut Prasaranphanich (2007:23), “ketika konsumen mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut”.

##### **b) Kemudahan ( $X_2$ )**

Menurut Widjana (2010:33), “persepsi penggunaan kemudahan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan.

**c) Kualitas informasi ( $X_3$ )**

Dalam Nusair (2010:5), “kualitas informasi berkaitan dengan jumlah, akurasi dan bentuk informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan pada sebuah situs”.

**d) Keputusan Pembelian (Y)**

Menurut Kotler dan Keller (2009:188) menyatakan bahwa “keputusan pembelian adalah preferensi konsumen atau merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan niat konsumen untuk membeli merek yang paling disukai”.

**3.6.5. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah suatu batasan terhadap konsep penelitian yang mengacu pada realita yang dibuat peneliti. Adapun indikator – indikator dari konsep operasional adalah :

**a. Kepercayaan Pelanggan ( $X_1$ )**

Kepercayaan dalam penelitian ini adalah tingkat kepercayaan pelanggan terhadap situs Bukalapak.com karena sudah banyak pengguna yang membeli produk dengan sesuai keinginan. Adapun indikator-indikator dari kepercayaan berdasarkan penelitian ( Benito (2011), Hardiawan (2013), Bagus (2013)) adalah

1. Keabsahan
2. Kerahasiaan konsumen
3. Kejujuran penjual
4. Kredibilitas
5. Citra Penjual

Berdasarkan indikator diatas maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- a. Kepercayaan anda terhadap produk Bukalapak.com sangat baik.
- b. Situs Bukalapak.com dapat dipercaya.
- c. Anda yakin terhadap kualitas produk yang dijual pada situs Bukalapak.com.
- d. Situs Bukalapak.com memberikan pelayanan terbaik.
- e. Sudah banyak pelanggan pada situs Bukalapak.com

**b. Kemudahan (X<sub>2</sub>)**

Kemudahan dalam penelitian ini adalah tingkat kemudahan konsumen dalam melakukan transaksi pada situs Bukalapak.com karena sudah banyak pengguna yang membeli produk dengan sesuai keinginan.

Adapun indikator-indikator kemudahan berdasarkan penelitian Davis (1989), Amijaya (2010), Anandya Cahya Hardiawan (2013), ini adalah

1. Mudah di operasikan
2. Mudah di akses
3. Efisiensi waktu
4. Mudah dipelajari

Berdasarkan dimensi tentang kemudahan tersebut, maka disusun keusioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- a. Saya lebih mudah mencari informasi produk di situs Bukalapak.com dibandingkan di toko.
- b. Saya dapat menggunakan *gadget* dan *android* untuk mengakses situs Bukalapak.com
- c. Proses pemesanan produk di situs Bukalapak.com mudah dan terjamin

- d. Proses pembelian dan pengiriman di situs Bukalapak.com mudah dan terjamin.

**c. Kualitas informasi ( X<sub>3</sub> )**

Kualitas Informasi dalam penelitian ini adalah tingkat kelengkapan informasi Bukalapak.com karena berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas jasa serta selalu *up to date*.

Adapun indikator-indikator kualitas informasi berdasarkan penelitian Amsyah (2001), Park, C.H dan Kim, Y.G. (2003), Anandya Cahya Hardiawan (2013) :

- 1) Informasi akurat
- 2) Informasi Lengkap
- 3) Informasi yang disajikan menarik
- 4) Informasi *up to date*

Berdasarkan indikator-indikator diatas maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- a. Informasi produk di situs Bukalapak.com cukup akurat
- b. Informasi tentang produk di situs Bukalapak.com cukup lengkap.
- c. Informasi tentang produk di situs Bukalapak.com sesuai dengan harapan saya.
- d. Informasi ketersediaan produk selalu di perbarui.

**d. Keputusan Pembelian (Y)**

Adapun indikator yang digunakan untuk keputusan pembelian ini merujuk pada tahapan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen (Kotler dan Keller, 2009:184), yaitu:

- a. Pengenalan masalah

- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian

Berdasarkan indikator-indikator diatas maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- a. Saya membeli produk pada situs Bukalapak.com sesuai dengna kebutuhan saya.
- b. Saya lebih memilih membeli produk pada situs Bukalapak.com dibandingkan membeli di toko.
- c. Saya membeli produk di situs Bukalapak.com setelah membandingkan dengan situs lain.
- d. Saya membeli produk pada situs Bukalapak.com karena prosesnya mudah.
- e. Saya yakin membeli produk pada situs Bukalapak.com merupakan keputusan yang tepat.

### **3.7. Instrumen Penelitian**

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam, oleh karena itu ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian dinamakan instrumen penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati, secara spesifik fenomena ini disebut dengan variabel penelitian. (Sugiyono, 2009:146). Jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian sudah ada yang dibakukan tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk

melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. (Sugiyono, 2009:131).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yang akan menghasilkan data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori tetapi posisi data tidak sama derajatnya karena dinyatakan dalam skala peringkat. (Mudrajad Kuncoro, 2012:23).

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 6.**

**Operasional Variabel Penelitian Berdasarkan Indikator dan Instrumen**

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Kepercayaan Pelanggan (X <sub>1</sub> )	1. Keabsahan 2. Kerahasiaan konsumen 3. Kejujuran penjual 4. Kredibilitas 5. Citra Penjual	1. Kepercayaan anda terhadap produk Bukalapak.com sangat baik. 2. Situs Bukalapak.com dapat dipercaya. 3. Anda yakin terhadap kualitas produk yang dijual pada situs Bukalapak.com. 4. Situs Bukalapak.com memberikan pelayanan terbaik. 5. Sudah banyak pelanggan pada situs jual Bukalapak.com	Ordinal	Prasarpanhanich (2007:23)
Kemudahan (X <sub>2</sub> )	1. Mudah di operasikan 2. Mudah di akses 3. Efisiensi waktu 4. Mudah dipelajari	1. Saya membeli produk pada situs Bukalapak.com karena prosesnya mudah. 2. Saya dapat menggunakan <i>gadget</i> dan <i>android</i> untuk mengakses situs Bukalapak.com 3. Proses pemesanan produk di situs Bukalapak.com mudah dan cepat. 4. Fitur pada situs Bukalapak.com mudah di pelajari.	Ordinal	Widjana (2010:33)

Kualitas Informasi ( $X_3$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi akurat</li> <li>2. Informasi Lengkap</li> <li>3. Informasi yang disajikan menarik</li> <li>4. Informasi <i>up to date</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi produk di situs Bukalapak.com cukup akurat</li> <li>2. Informasi tentang produk di situs Bukalapak.com cukup lengkap.</li> <li>3. Informasi tentang produk di situs Bukalapak.com sesuai dengan harapan saya.</li> <li>4. Informasi ketersediaan produk selalu di perbarui</li> </ol>	Ordinal	Nusair (2010:5)
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternative</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku pasca pembelian</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya membeli produk pada situs Bukalapak.com sesuai dengan kebutuhan saya.</li> <li>2. Saya mendapatkan informasi dari orang lain.</li> <li>3. Saya membeli produk di situs Bukalapak.com setelah membandingkan dengan situs lain.</li> <li>4. Saya yakin membeli produk pada situs Bukalapak.com merupakan keputusan yang tepat.</li> <li>5. Saya melakukan pembelian ulang karena pelayanannya memuaskan.</li> </ol>	Ordinal	Kotler dan Keller (2009:188)

Sumber : Teori yang dikembangkan 2016

### 3.8. Teknik Analisis Data

#### 3.8.1. Uji Instrumen Penelitian

##### 3.8.1.1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan tingkat kepercayaan instrumen penelitian, mengikuti apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Sugiyono (2009:67) validitas merupakan hasil penelitian dimana terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkolerasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item.

Rumus korelasi *Product Moment* (Sugiyono, 2009:250) sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\Sigma x) - (\Sigma x \Sigma y)}{\sqrt{n(\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien Korelasi

$x$  = Skor Butir

$Y$  = Jumlah subyek atau responden

Pengujian dilakukan pada taraf  $\alpha = 0,05$  dengan kriteria pengujian :

Jika probabilitas  $< 0,05$  atau nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan valid

Jika probabilitas  $> 0,05$  atau nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pernyataan tidak valid.

### 3.8.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji keajegan hasil pengukuran suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan reliabilitas jika instrumen tersebut apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan hasil yang sama (Sugiyono, 2009: 97). Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan formula Alpha Cornbach (Husein Umar, 2008: 54) dengan rumus sebagai

$$\text{berikut: } r = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien Reliabilitas

$k$  = Jumlah Butir Pertanyaan

$\sigma_i^2$  = Varian Butir Pertanyaan

$\sigma^2$  = Varian skor tes

Menurut Yohanes Anton Nugroho (2011:33), uji realibilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 7. Indeks Kriteria Reliabilitas**

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0, 00 - 0, 20	Kurang Reliabel
2.	0, 201 - 0, 40	Agak Reliabel
3.	0, 401 - 0, 60	Cukup Reliabel
4.	0, 601 - 0, 80	Reliabel
5.	0, 801 - 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

Instruman dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya diatas 0.60.

### 3.8.2. Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.2.1. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak, jika data berdistribusi normal maka dapat digunakan analisa statistik parametik.

Variabel Y mempunyai distribusi normal untuk setiap pengamatan variabel X, dapat diketahui dari normal *plot residual*, bila data menyebar disekitar garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Sutanto Priyo Hastono, 2007:7).

Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan melihat histogram, jika histogram berbentuk *Bell-Shaped*, maka asumsi normalitas terpenuhi (Besral, 2010:116).

#### 3.8.2.2. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji apakah dalam sebuah persamaan regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Santoso, 2002:208). Jika *varians* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berbeda, maka di

sebut heteroskedastisitas. Suatu persamaan regresi yang baik adalah persamaan yang tidak mengandung heteroskedastisitas atau persamaan yang mengandung homoskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat *Scatter-Plot*, bila sebaran data menyebar di 4 (empat) kuadran dan tidak berbentuk pola yang pasti maka tidak terjadi heteroskedastisitas .

### **3.8.2.3.Multikolinieritas**

Multikolinieritas muncul apabila diantara variabel – variabel bebas memiliki hubungan yang sangat kuat, dengan kata lain, diantara variabel – variabel bebas berkorelasi sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mendeteksi ada atau tidak ada multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) antara variabel–variabel bebas. Selanjutnya jika hasil perhitungan variabel bebas  $> 10$  maka terdapat derajat multikolinieritas yang tinggi, dan sebaliknya jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$  maka tidak terdapat multikolinieritas. (Ghozali, 2009:91).

### **3.8.3. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai hasil tabulasi data kuesioner yang telah diisi responden. Yang dinyatakan dalam angka dan prosentase. Analisis data secara *deskriptif* data digunakan untuk memberikan dukungan interpretasi analisis data dan penjelasan temuan hasil penelitian.

#### **3.8.3.1.Regresi Linier Berganda**

Analisis *regresi* berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel bergantung. Menurut Husein Umar, (2001:188) secara matematis fungsi persamaan *regresi linier* berganda dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> = Variabel Kepercayaan Pelanggan

X<sub>2</sub> = Variabel Kemudahan

X<sub>3</sub> = Variabel Kualitas informasi

β<sub>1</sub> = Koefisien Regresi Variabel Kepercayaan Pelanggan

β<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Variabel Kemudahan

β<sub>3</sub> = Koefisien Regresi Variabel Kualitas informasi

e = Error

### 3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub>) terhadap variabel dependen (Y), baik secara parsial dan dominan.

#### 3.8.4.1. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Mudrajad Kuncoro (2012:81), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada situs Bukalapak.com secara parsial diuji dengan cara signifikansi. Adapun langkah – langkah pengujian sebagai berikut :

Merumuskan hipotesis :

- Hipotesis Pertama

H<sub>0</sub> : Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Situs Bukalapak.com

H<sub>a</sub> : Kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Situs Bukalapak.com

- Hipotesis Kedua

$H_0$  : Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Situs Bukalapak.com

$H_a$  : Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Situs Bukalapak.com

- Hipotesis Ketiga

$H_0$  : Kualitas informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Situs Bukalapak.com

$H_a$  : Kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Situs Bukalapak.com

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

Menentukan kriteria pengujian :

Jika -  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika -  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Menentukan nilai  $t_{hitung}$  dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{Koefisien\beta}{StandarError}$$

Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{table}$ .

### 3.8.4.2.Uji Dominan

Untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi (b) yang sudah distandardisasi yaitu nilai beta. (Sutanto Priyo Hastono, 2007:6).

Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0$  : Kepercayaan pelanggan tidak mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

$H_a$  : Kepercayaan pelanggan mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

### 3.8.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Karena variabel pada penelitian ini lebih dari 2 (dua), maka koefisien determinasi yang digunakan adalah *R Square* (Imam Ghozali, 2011).

Dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.

