

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi, *perceived usefulness*, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk secara *online* pada toko online Gudang *Accesories Camera*. Adapun tempat penelitian ini dilakukan disekitar wilayah jakarta pusat, dengan menentukan target sasaran terhadap pengguna atau konsumen di toko *online* Gudang *Accesories Camera*. Waktu pelaksanaannya pada bulan desember 2021 sampai penyelesaian skripsi.

3.2 Strategi Penelitian

Penelitian ini tentang “Pengaruh Kualitas Informasi, *Perceived Usefulness*, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* pada Toko *Online* Gudang *Accesories Camera*.” Sesuai permasalahan yang diangkat pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dimana pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berbentuk angka untuk menguji suatu hipotesis. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. dan menggunakan metode penelitian Deskriptif Kuantitatif. Penelitian Deskriptif merupakan dasar bagi semua penelitian. Penelitian Deskriptif dapat dilakukan secara kuantitatif agar dapat dilakukan analisis statistik (Sulistyo dan Basuki, 2006: 110).

Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif, yaitu strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas atau lebih terhadap

variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas informasi (X1), *perceived usefulness* (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) yang merupakan variabel terikat. Dalam melakukan suatu penelitian diperlukan perencanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, sistematis serta efektif. Desain penelitian menurut Nazir (2005:84), “Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.” Tahapan atau langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya dapat ditetapkan judul yang akan diteliti. Dalam penelitian ini permasalahan yang terjadi difokuskan pada faktor keputusan pembelian. Dengan demikian dapat ditetapkan judul penelitian : “Pengaruh Kualitas Informasi, *Perceived Usefulness*, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* pada Toko *Online* Gudang *Accesories Camera*.”
- Mengidentifikasi masalah yang terjadi. Dalam penelitian ini permasalahan yang berhasil diidentifikasi antara lain adalah adanya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk di toko *online* Gudang *Accesories Camera*.
- Menetapkan rumusan masalah. Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data.
- Menentukan tujuan penelitian.
- Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
- Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.
- Menetapkan sumber data dan teknik pengumpulan data.
- Melakukan analisis data.
- Melaporkan hasil penelitian.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Himpunan individu atau objek yang banyaknya terbatas dan tidak terbatas. Menurut Sugiono dalam bukunya metode penelitian bisnis populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Sugiono (2017:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian produk di toko *online* Gudang *Accesories Camera*. Populasi ditentukan berdasarkan hal-hal sebagai berikut:

- Pada populasi ini terdapat peristiwa atau masalah yang akan diteliti.
- Populasi itu dapat diidentifikasi ciri-cirinya.

Besar kecilnya populasi tergantung pada kemampuan peneliti untuk menelitinya, makin besar makin baik. Macamnya ada dua, yaitu: pertama: populasi terhingga yaitu jumlah populasi yang jumlah anggotanya terbatas dan dapat dihitung. Kedua, populasi tak terhingga yaitu bila jumlah anggotanya tak terbatas dan tidak bisa dihitung secara pasti.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2018:131) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut, dengan kata lain sampel merupakan metode dalam suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sebagian atas setiap populasi yang hendak akan di teliti. Metode Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis *Non probability sampling* dengan teknik *Purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018:136) *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Sedangkan teknik *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa

pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus moe sebagai berikut, dengan jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui. (Arikunto, 2013:49).

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Dimana :

N = Jumlah Sampel

Z = Tingkat Keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% = 1,96

Moe = *Margin of Error* atau kesalahan maksimum yang dapat di toleransi, ditentukan 10%

Maka perhitungan diatas diperoleh sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel dari populasi sebesar 96,04. Namun untuk mempermudah perhitungan dan adanya unsur pembulatan, maka jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 100 responden.

3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Pengumpulan data pada saat melakukan penelitian merupakan tata cara yang digunakan oleh seorang peneliti dalam rangka memperoleh petunjuk dari setiap permasalahan yang sedang diteliti yang dilakukan dengan cara mencari data dari beberapa sumber terpercaya dan mengumpulkannya ke dalam beberapa pandangan serta informasi yang jelas, sebab hal tersebut akan digunakan sebagai bagian dari bukti terkait dengan penelitian yang dibuat.

Data adalah bentuk jamak dari datum. Data merupakan keterangan-keterangan suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan. Dengan kata lain, suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dll. Data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder, yakni data yang diperoleh langsung dari perusahaan dan konsumen di toko online Gudang *Accesories* Kamera dengan cara menyebar angket (kuesioner).

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data berdasarkan pada sumbernya, dan jenis pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Jenis pengumpulan data berdasarkan sumbernya menurut Sugiyono (2018:213) ada dua jenis yaitu:

1. Data Primer

Data primer (*Primary Data*) adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuisisioner (daftar pertanyaan terstruktur). Dalam penelitian ini data diperoleh secara langsung dengan memberikan kuisisioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen yang membeli produk di toko *online* Gudang *Accesories* Camera.

2. Dara Sekunder

Data Sekunder (*Secondary Data*) adalah data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber data tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Variabel Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu

orang dengan orang yang lain atau dengan satu obyek dengan obyek yang lain menurut Hatch dan Farhady. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Variabel penelitian yang digunakan peneliti yaitu ada 2 variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

Variabel dependen sering disebut 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. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Y (Keputusan pembelian produk di Gudang Accesories *Camera*).

Variabel independen merupakan variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Yang dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas informasi (X1) *perceived usefulness* (X2) dan kepercayaan (X3).

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dan secara umum teknik pencarian data bisa diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, maupun kuesioner sebagai teknik dalam pengumpulan data pokok.

Pada penelitian ini, instrument yang dipakai untuk memperoleh data yaitu dilakukan dengan menggunakan teknik :

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan melakukan kegiatan kepastakaan melalui buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

2. Kuesioner

Menurut Jaya (2020:20) Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data dengan melakukan salah satu cara yaitu mengajukan beberapa pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada setiap responden, dimana setiap responden dapat melakukan pengisian data sesuai dengan apa yang dikehendaki secara mandiri dan dilakukan tanpa adanya paksaan oleh pihak manapun yang selanjutnya dapat dianalisis sehingga mendapatkan informasi. Dalam penyebaran kuisoner (angket) untuk mengumpulkan data, peneliti akan menyebar kuisoner secara online atau elektronik dengan media Google Form. Peneliti akan menyebar kuisoner kepada setiap pelanggan atau konsumen yang membeli produk di toko Gudang *Accesories* Kamera, dan pelanggan atau konsumen yang merupakan responden dalam penelitian yang akan menjawab kuesioner yang berisi pertanyaan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Peneliti akan melakukan pengecekan hasil kuisoner dan melakukan tabulasi untuk jawaban dari responden yang memenuhi kriteria yang telah ditemukan sebelumnya hingga jumlah responden sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala Likert. Menurut Sekaran dan Bougie (2019) skala likert merupakan suatu skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subyek menyetujui suatu pernyataan pada skala lima poin dengan titik panduan berikut:

1= Sangat Tidak Setuju.

2= Tidak Setuju.

3= Tidak Berpendapat.

4= Setuju.

5= Sangat Setuju.

Dalam pengukuran menggunakan skala likert ini, peneliti memberikan skor pada masing-masing instrumen pertanyaan yang mempunyai gradasi dari yang sangat negatif sampai dengan yang sangat positif dengan skor sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Malhotra (2017)

Menurut Paulus Insap Sentosa (2018:46) menyatakan bahwa Skala likert 5-point merupakan skala likert yang paling sering digunakan. Dalam beberapa kasus, peneliti menghindari pilihan netral dengan cara menggunakan skala likert genap. Salah satu alasan tidak digunakannya pilihan netral adalah agar responden menyatakan persetujuan atau pertidaksetujuannya atas pernyataan yang disampaikan kepadanya

3.5 Operasionalisasi Variable

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2018:95) adalah segala sesuatu berupa apa saja yang ditunjuk dan dipilih oleh seorang peneliti untuk dapat dipelajari sehingga nantinya diperoleh beberapa informasi terkait bersangkutan dengan beberapa hal yang sudah ditetapkan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui masalah apa yang timbul sehingga pada akhirnya dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait dengan beberapa variabel tersebut. Pada penelitian ini variabel yang digunakan peneliti terdiri dari :

1. Kualitas Informasi (X1)

informasi yang disajikan pada *online shop* sebaiknya mencakup informasi berkaitan dengan produk dan jasa yang ada pada *online shop*. Informasi tersebut sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa. Dalam memuaskan kebutuhan informasi konsumen atau pembeli online, informasi produk dan jasa harus *up-to-date*, membantu pembeli online dalam membuat keputusan. Sedangkan untuk

sejenis usaha ritel online, informasi merupakan hal yang harus diperhatikan. Informasi menjadi bagian penting di dalam usaha yang bergerak dibidang online. Baik atau buruknya citra perusahaan tergantung dari baik atau tidaknya kualitas informasi yang diterapkan oleh perusahaan.

2. *Perceived Usefulness* (X2)

konsumen dapat merasakan *perceived usefulness* ketika teknologi yang diadopsi dapat digunakan dimana saja dan kapanpun. Dapat disimpulkan bahwa *Perceived usefulness* adalah keadaan dimana konsumen mendapatkan keuntungan atau kemanfaatan saat menggunakan atau mencari produk pada situs toko *online*.

3. Kepercayaan (X3)

Kepercayaan didefinisikan sebagai penafsiran yang dilakukan oleh konsumen dalam bentuk pengetahuan dan simpulan yang dibuat terhadap suatu produk atau jasa. Kepercayaan menjadi bagian peran penting yang dapat memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian produk atau jasa.

4. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan suatu proses terhadap suatu rencana pengambilan keputusan yang melibatkan beberapa penentuan seperti preferensi pembelian produk berupa barang atau jasa. Hal ini merupakan bagian dari setiap proses dan tahapan terhadap pendekatan penyelesaian masalah yang terjadi atas pengenalan masalah, mencari pencarian informasi, melakukan penilaian terhadap suatu pilihan, membuat keputusan membeli, serta perilaku setelah melakukan proses pembelian yang telah dilakukan setiap individu.

Variabel-variabel penelitian yang telah dijabarkan di atas diukur melalui beberapa indikator yang akan dijadikan sebagai instrumen dengan beberapa pertanyaan atau penyertaan yang dibuat dengan menggunakan kuesioner. Indikator variabel penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dengan menggunakan analisis

No	Vaeiabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Kualitas Informasi	Menurut Jogiyanto (2017) informasi merupakan data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata serta terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan yang akan datang. seberapa besar suatu informasi tentang produk dan jasa berguna dan relevan bagi pembeli online dalam memprediksi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi yang akurat. 2. Informasi yang up to date. 3. Informasi yang mudah dipahami 4. Tingkat relevansi data pada kelengkapan informasi 5. Kelengkapan informasi yang dapat dipercaya 	Likert
2.	<i>Perceived usefulness</i> atau manfaat	Teori persepi manfaat dari davis (1989) ini digunakan oleh Ofori & Appiah- Nimo (2019) yang mendefinisikan manfaat yang dirasakan sebagai persepsi seseorang yang percaya bahwa aplikasi akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang dirasakan merupakan persepsi individu tentang seberapa baik penggunaan sebuah aplikasi dalam kegiatan sehari-hari.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempengaruhi pekerjaan 2. Mempermudah pekerjaan 3. Berguna bagi individu 4. Meningkatkan produktivitas 5. Meningkatkan status seseorang 	Likert
3.	Kepercayaan atau <i>Trust</i>	Lubis & Lumbanraja (2018) berpendapat bahwa toko yang baik akan mencakup keamanan pihak ketiga di situsnya. Namun, informasi tersebut dapat disalahgunakan oleh orang lain yang memiliki kemampuan khusus untuk memproses informasi data di internet atau dengan phishing, menciptakan situs predator serupa yang tujuan utamanya adalah untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat pemenuhan permintaan produk 2. Tingkat keterusterangan informasi 3. Tingkat keamanan dalam bertransaksi 4. Tingkat empati pada pelanggan 5. Tingkat kelengkapan informasi produk 	Likert

	mendapatkan akses ke informasi pribadi dan melakukan kejahatan lainnya. Dalam aspek ini, kepercayaan memainkan peran dalam kelancaran transaksi di toko online.	
4.	Keputusan Pembelian	Menurut (Fadila et al., 2021) keputusan pembelian ialah pilih dari dua ataupun opsi alternatif mencakup keputusan mengenai manfaat dan jenis produk, keputusan mengenai wujud produk, keputusan mengenai merek, keputusan mengenai total produk, keputusan mengenai waktu pembelian, juga cara pembayaran.
		1. Saya memutuskan untuk membeli produk 2. Saya memutuskan tentang merk produk 3. Saya memutuskan tentang penyalur 4. Saya memutuskan memilih waktu pembelian 5. Saya memutuskan tentang seberapa banyak produk yang akan di beli

Likert

deskriptif kuantitatif, diharapkan hasil pengukuran yang lebih akurat tentang respon yang diberikan oleh responden. Tipe penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menerangkan tentang salah satu fenomena sosial tertentu baik tunggal maupun umum. Dengan karakteristik datanya diambil dengan menggunakan kuesioner.

3.6.1 Proses Analisis Data

Pada penelitian ini data diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Windows ver. 26.0 yang dilakukan untuk mengolah dan mengubah data statistik, hal tersebut disebabkan karena metode analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan koefisien penentuan (parsial dan ganda) dan pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:267) Uji validitas adalah persamaan informasi yang didapat dari seorang peneliti, dengan informasi yang dihasilkan langsung yang dimana terjadi pada subjek penelitian. Uji validitas instrument digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) dalam memastikan tingkat ketepatan suatu alat ukur. Maksudnya yaitu untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut mendapatkan pengukuran yang tepat atau

valid terhadap penilaian dalam kuesioner. Pengujian validasi ini menggunakan rumus *pearson product moment*, dengan kriteria sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r hitung = Nilai *pearson product moment*
 n = Banyaknya Responden (Sampel)
 X = Nilai X (Variabel independen)
 Y = Nilai Y (Variabel dependen)

Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila r hitung > r tabel dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) sehingga instrument tersebut dinyatakan valid dan apabila r hitung < r tabel ($\alpha = 0,05$) maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

Maka untuk mengetahui tingkat kevaliditasan setiap perhitungan yang dilakukan, maka kriteria yang dilakukan untuk setiap perhitungan dinyatakan dengan :

- a. Jika nilai r hitung > r tabel, maka H_0 ditolak artinya instrument valid
- b. Jika nilai r hitung < r tabel, maka H_0 diterima artinya instrument tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memahami suatu kuesioner yang merupakan indikator pada masing-masing variabel. Menurut Sugiyono (2018:268) Uji Reliabilitas adalah Pengujian realibilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrument memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menghasilkan hasil yang konsisten.

Uji reabilitas dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Koefisien reliabilitas yang besarnya

antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,60$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpecaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,60$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

Pengujian reabilitas instrument dalam peneliian ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, metode ini digunakan untuk menghitung reabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Menurut Sofyan Siregar kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, bila koefisien reabilitas sebesar 0,6. Adapun uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka instrument memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain pernyataan reliable.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka instrument memiliki reliabilitas yang buruk atau dengan kata lain pernyataan tersebut tidak reliable.

3.7. Analisis Statistik Data

3.7.1. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2013:97) Koefisien determinasi (KD) pada dasarnya mengukur sejauh mana kemampuan model tersebut menerapkan variasi variabel. Koefisien determinasi (KD) atau biasa disebut R^2 digunakan untuk melihat kontribusi dari kemampuan menjelaskan variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, dimana nilai koefisien terletak di antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai KD atau R^2 yang kecil berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen variabel sangat terbatas. Menurut Ghozali (2013:98) Nilai yang mendekati satu berarti variabel independent menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap

variabel terkait secara parsial dan berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Kriteria yang digunakan untuk mengukur analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Apabila Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Apabila Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.8 Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:160) Uji hipotesis adalah pernyataan mengenai ada atau tidaknya suatu perbedaan antara parameter dengan statistik data sampel pada dasarnya diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Pengujian hipotesis digunakan untuk menentukan signifikansi variabel independen pada variabel dependen secara parsial atau simultan. Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian ini:

a. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)

Di dalam melakukan uji t ini peneliti harus menentukan apakah menggunakan uji satu sisi atau uji dua sisi. Uji hipotesis satu sisi dipilih jika kita mempunyai dasar teori atau dugaan yang kuat sebaliknya uji dua sisi dipilih peneliti jika peneliti tidak mempunyai landasan teori atau dugaan awal yang kuat. Misalnya kita mempunyai regresi berganda dengan dua variabel independen dengan estimator β_1 dan β_2 . Adapun prosedur langkahnya sebagai berikut :

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

- 1) Pengaruh X1 (Kualitas Informasi) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

Ho: $\rho_{y1.23} = 0$: secara parsial Kualitas Informasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Ha: $\rho_{y1.23} \neq 0$: secara parsial Kualitas Informasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

2) Pengaruh X2 (*Perceived Usefulness*) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

Ho: $\rho_{y2.13} = 0$: secara parsial *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Ha: $\rho_{y2.13} \neq 0$: secara parsial *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

3) Pengaruh X3 (Kepercayaan) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

Ho: $\rho_{y3.12} = 0$: secara parsial Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Ha: $\rho_{y3.12} \neq 0$: secara parsial Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

Kriteria pengujian

Jika nilai significance $t < 0,05$, maka H0 ditolak dan Ha diterima

Jika nilai significance $t \geq 0,05$, maka H0 diterima dan Ha ditolak

Menghitung nilai significance t diperoleh dengan perhitungan komputersasi menggunakan program SPSS

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Agus Widarjono (2010:22). Uji F digunakan mengevaluasi semua pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis Of variance* = ANOVA). Prosedur uji F untuk menguji apakah koefisien regresi (β_1 dan β_2) di dalam regresi berganda secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen Y sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

Pengaruh X_1 (Kualitas Informasi), X_2 (*Perceived Usefulness*) dan X_3 (Kepercayaan) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

H_0 : $\rho_{123} = 0$, Secara simultan Kualitas Informasi, *Perceived Usefulness* dan Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

H_a : $\rho_{123} \neq 0$, Secara simultan Kualitas Informasi, *Perceived Usefulness* dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

2. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

3. Kriteria pengujian

Jika nilai significance $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai significance $F \geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4. Menghitung nilai significance F diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS

5. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan mendapatkan hasil H_a diterima dan H_0 ditolak, maka nilai KD dapat dipakai untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.