

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif, penelitian ini adalah penelitian *explanatory* yaitu penelitian yang dibuat untuk menentukan pengaruh antara variabel independen yaitu *e-service quality* & kepercayaan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Populasi berdasarkan penelitian ini merupakan konsumen yang memiliki dan memakai situs atau melakukan belanja *online* di Shopee pada Mahasiswa angkatan 2017 STIE PGRI Dewantara Jombang. Sampel yang diambil merupakan konsumen yang memiliki dan memakai situs atau melakukan belanja *online* di Shopee, Populasi dalam penelitian ini total jumlah 439 mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang dan diambil sampel 82 mahasiswa yang menggunakan aplikasi Shopee dengan rumus Slovin (1960). Teknik sampel memakai *simple random sampling*. Teknik pengambilan datanya memakai survey atau angket yang diberikan pada responden. Metode analisis data yang dipakai merupakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda data yang diolah memakai SPSS. SPSS adalah suatu program untuk mengelola data statistik yang berfungsi untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik (parametrik dan non parametrik) dengan basis windows (Ghozali I. , 2012).

## **3.2 Subjek dan Objek Penelitian**

### **3.2.1 Subjek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah konsumen Shopee mahasiswa angkatan 2017 STIE PGRI Dewantara di Jombang.

### **3.2.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini dilakukan pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Objek dari penelitian ini adalah pengaruh *e-service quality* dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen shopee mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2017).

## **3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

### **3.3.1 Variabel Penelitian**

Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian dan variabel bebas (X1) yaitu *E-service quality* dan (X2) yaitu Kepercayaan.

### **3.3.2 Definisi Operasional Variabel**

Menurut Moh. Nazir (1998:126), definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel atau konstruk tersebut.

#### **1.Keputusa Pembelian**

Mengacu konsep Kanuk (2007) dalam penelitian ini didefinisikan bahwa keputusan pembelian diungkapkan bahwa konsumen pengguna Shopee yang ingin melakukan

keputusan pembelian produk harus menentukan pilihannya terlebih dahulu melalui alternatif-alternatif yang tersedia disitus atau aplikasi Shopee. Pertimbangan yang dikerjakan konsumen memiliki dua atau lebih alternatif pilihannya sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai penetapan pilihan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Yang diukur dengan indikator menurut Kevin Lane Keller (2008) :

- a. Pengenalan produk.
- b. Pencarian informasi.
- c. Evaluasi alternatif.
- d. Keputusan pembelian.

## ***2. E-Service Quality***

Mengacu konsep Maulana & Kurniawati 2014 *E-service quality* adalah jasa elektronik atau pelayanan elektronik yang dihubungkan melalui internet dan dapat membantu dalam penyelesaian masalah, tugas atau transaksi (Maulana & Kurniawati, 2014). Transaksi yang dilakukan dalam *e-commerce* dilakukan melalui internet di mana pihak-pihak yang terlibat melakukan penjualan atau pembelian. Transaksi tersebut dilakukan secara elektronik atau digital, sesuatu yang dibuat dengan pesatnya perkembangan komunikasi digital. Yang diukur dengan indikator (Ladhari 2010) antara lain:

- a. *Reliability* (keandalan)

Mengacu pada kemampuan untuk melakukan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan seller secara tepat dan akurat pada situs atau aplikasi belanja *online* Shopee.

b. *Responsiveness* (daya tanggap)

yaitu mengacu pada kecepatan respons dan kesediaan seller dalam membantu pelanggan pada situs atau aplikasi belanja *online* Shopee.

c. *Information quality* (kualitas informasi)

yaitu mengacu pada kesesuaian informasi dengan kebutuhan dan tujuan pelanggan pada situs atau belanja *online* Shopee.

d. *Privacy/security* (privasi/keamanan)

yaitu mengacu pada perlindungan informasi dan keuangan pelanggan.

e. *Ease of use/usability* (kemudahan penggunaan/kegunaan)

yaitu mengacu pada usaha yang dibutuhkan pelanggan untuk mendapatkan akses informasi yang tersedia.

### **3. Kepercayaan**

Kepercayaan pembeli atau pengalaman konsumen mengenai kepercayaan terhadap suatu produk dan terdapat manfaat atau kegunaan dari atribut tersebut (Sudaryono, 2016). Kepercayaan pembeli sebagai kunci terpenting. Karena aktivitas bidang usaha yang dijalankan adalah melalui *online*, penjual dan pembeli tidak berhadapan secara langsung (Malau, 2016). Malau (2016), kepercayaan merupakan keinginan seseorang menemukan keinginannya pada relasi pertukaran. Keyakinan seseorang bahwa dari relasinya akan mendapatkan apa yang diharapkan dan dapat dipercaya disebut dengan kepercayaan. Dari definisi tersebut disimpulkan kepercayaan merupakan keyakinan terhadap produk yang memiliki atribut dan mendapatkan manfaat dari atribut, dan juga

keyakinan bahwa relasi pertukarannya akan memberikan apa yang diinginkan dan dapat diandalkan. Adapun indikator variabel kepercayaan menurut (Langton, *et. al.*, 2016), yaitu:

- a. *integrity*/integritas
- b. *benevolence*/kebaikan hati
- c. *ability*/kemampuan.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Keputusan Pembelian (Y)  Sumber : Kevin Lane Keller (2008)	1. Pengenalan produk	Y.1) Pengenalan produk yang dijual di aplikasi shopee.
	2. Pencarian informasi	Y.2) Saya mendapatkan informasi mengenai produk yang tersedia di kolom deskripsi produk.
	3. Evaluasi alternatif	Y.3) Saya dapat memilih produk yang tersedia seperti yang saya inginkan.
	4. Keputusan pembelian	Y.4) Memutuskan membeli di shoope sesuai dengan apa yang saya butuhkan.
<i>E-Service Quality</i> (X1)  Sumber: (Ladhari 2010)	1. Reliability (keandalan)	X1.1) Aplikasi Shopee sangat mudah di akses untuk menemukan produk yang saya inginkan.
	2. Responsiveness (daya tanggap)	X1.2) Apabila terjadi kendala dalam transaksi di Shopee, Pihak Seller maupun Shopee akan memberikan bantuan.
	3. Privacy/security (privasi/keamanan)	X1.3) Shopee menjamin kerahasiaan informasi pelanggan

### Lanjutan tabel 3.1

	4. <i>Ease of use/usability</i> (kemudahan penggunaan/kegunaan)	X1.4) Aplikasi Shopee sangat membantu saya dalam memilih kebutuhan produk yang ingin saya beli.
	5. <i>Information quality</i> (kualitas informasi)	X1.5) Shopee memudahkan saya mencari produk maupun mencari informasi tentang produk yang ingin saya beli.
Kepercayaan (X2)  Sumber : (Langton, <i>et. al.</i> , 2016)	1. <i>integrity/integritas</i>	X2.1) Shopee bertanggungjawab di setiap pembelian produk melalui aplikasi shopee.
	2. <i>benevolence/kebaikn hati</i>	X2.2) CS shopee selalu sedia membantu ketika ada kendala pada aplikasi shopee.
	3. <i>ability/kemampuan.</i>	X2.3) Kemampuan Shopee mengatasi masalah terkait dengan pembelian produk.

Sumber : Kevin Lane Keller (2008), (Ladhari 2010) dan (Langton, *et. al.*, 2016)

### 3.3.3 Skala Pengukuran

Pengukuran nilai dari angket ini dengan menggunakan skala likert . Skala likert adalah skala yang didasarkan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial menurut Sugiyono (2014). Dalam penelitian ini, responden sebaiknya memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang tersedia sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Sugiyono, 2014*

### **3.4 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2017) Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki sebuah karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti guna diteliti dan ditarik sebuah kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2017 STIE PGRI Dewantara Jombang dengan total jumlah 439 Mahasiswa. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tersebut maka digunakan rumus menurut Slovin (1960). Dengan menggunakan rumus menurut Slovin (1960) maka sampel yang digunakan adalah 82 mahasiswa angkatan 2017 STIE PGRI Dewantara Jombang yang pernah membeli sebuah produk melalui aplikasi Shopee.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah suatu bagian dari karakteristik yang dimiliki pada populasi. Jika populasinya besar dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada dalam populasi tersebut (bisa dikarenakan oleh keterbatasan waktu, tenaga atau dana), maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut itu adalah kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi ini harus betul-betul mewakili. (Sugiyono, 2017).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2005), untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tersebut maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut: Rumus Slovin:

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel Penelitian.

N : Jumlah Populasi Yang Diteliti.

e : Standart Kesalahan Yang Ditentukan Peneliti.

Perhitungan :

$$n : \frac{439}{1 + 439 \cdot 10\%^2}$$

$$n : \frac{439}{1 + 439 \cdot 0,01}$$



$$n : \frac{439}{5,39}$$

n : 81,4 sampel

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 81,4 sampel, maka dibulatkan menjadi 82 sampel. Penentuan jumlah sampel yang dipilih, penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% karena dalam setiap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%, semakin kecil tingkat kesalahan maka semakin banyak ukuran sampel. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen shopee mahasiswa STIE PGRI Dewantara angkatan 2017.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2015:81) Teknik sampling adalah merupakan pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan Teknik Sampling yang digunakan oleh penulis adalah Probability Sampling. Menurut Sugiyono (2017: 82) *Probability Sampling* dapat didefinisikan sebagai berikut: "*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *Probability Sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini lebih tepatnya penulis menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2017:126) *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Dalam penelitian

ini peneliti menggunakan sampel yang berjumlah 82 dari 439 total populasi mahasiswa angkatan 2017 yang memenuhi syarat dalam proses pengambilan sampel.

### **3.5 Jenis dan Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Jenis dan Sumber Data**

##### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### a. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data dalam penelitian yang dapat diukur, dihitung, serta dapat dideskripsikan dengan menggunakan angka. Umumnya, data seperti ini digunakan untuk menjelaskan fenomena-fenomena yang jelas dan sudah ada instrumen ukurnya. Proses pengumpulan data kuantitatif ini tidak membutuhkan banyak waktu dan sangat mudah digunakan.

##### 2. Sumber Data

##### a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2014) data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objek yang diteliti baik dari wawancara maupun dari angket yang dirancang oleh peneliti sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner peneliti yang diberikan kepada responden dan tanggapan responden pada pengguna Shopee.

##### b. Data Sekunder

Pengumpulan data yang didapat dari perusahaan, penelitian terdahulu, referensi dan mendapatkan informasi dari sumber-sumber yang terkait pada profil perusahaan yang diteliti.

### **3.5.2 Metode Pengumpulan Data**

Dalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (angket). Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2014). Dalam hal ini pengumpulan informasi dan datanya dilakukan pada pengguna Shopee di Jombang

## **3.6 Uji Instrumen**

### **3.6.1 Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkah-tingkah atau kesalahan suatu instrumen Arikunto (2016), suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengetahui apakah instrumen yang telah disusun memiliki validitas atau tidak, maka akan dilakukan pengujian dengan menggunakan *construct validity*. Menurut Umar (2011), Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Dalam uji validitas ini, penulis menggunakan validitas konstruk (*construct validity*) sehingga menggunakan teknik korelasi item total atau sering disebut juga (*Corrected Item Total Correlation*).

Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment*. Rumus korelasi *product moment* dalam buku (Morissan, 2014):

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah sampel

$x$  = skor seluruh item

$y$  = skor total

Skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sarwono, 2008), penentuan validitas didasarkan atas perbandingan nilai korelasi lebih besar dibandingkan dengan 0,3 pada tingkat keyakinan 95% dapat diartikan bahwa item-item tersebut valid.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut hasil uji validitas item pernyataan :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Validitas**

No item	Variabel	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r kritis	Keterangan
1	<i>E-Service Quality (X1)</i>	.664	0,3	Valid
2		.677	0,3	Valid
3		.776	0,3	Valid

4		.767	0,3	Valid
5		.735	0,3	Valid
1	Kepercayaan (X2)	.756	0,3	Valid
2		.794	0,3	Valid
3		.738	0,3	Valid
1	Keputusan Pembelian (Y)	.752	0,3	Valid
2		.723	0,3	Valid
3		.761	0,3	Valid
4		.711	0,3	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Tabel 3.3 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $> 0,3$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2006) Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah *indeks* yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya

atau dapat diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula Cronbach Alpha. Dengan rumus :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum a_b^2}{a_1^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum a_b^2$  = varian total

$a_1^2$  = jumlah varian butir atau item

Dalam hal ini apabila nilai koefisien  $> 0,6$ , maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Jika apabila nilai koefisien  $< 0,6$  maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut tidak reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya dilakukan.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.4 berikut ini:

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Alpha</b>	<b>Koefisien <math>\alpha</math></b>	<b>Keterangan</b>
<i>E-Service Quality</i> (X1)	0,831	0,6	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,790	0,6	Reliabel

Keputusan Pembelian (Y)	0,816	0,6	Reliabel
-------------------------	-------	-----	----------

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

#### **3.7.1 Analisis Deskriptif**

Menurut (Sugiyono, 2017) metode deskriptif merupakan metode yang digunakan guna menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya. Analisis deskriptif ini digunakan guna mengetahui frekuensi dan variasi dari jawaban terhadap item pernyataan dalam angket. Guna mengetahui kategori dari rata-rata skor dapat menggunakan perhitungan berikut ini :

$$\begin{aligned}
 \text{Rentan Skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah katagori}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Sehingga menurut (Sudjana, 2012) interpretasi skor sebagai berikut :

1,0 – 1,8 = sangat buruk

1,9 – 2,6 = buruk

2,7 – 3,4 = cukup

3,5 – 4,2 = baik

4,3 – 5,0 = sangat baik

### 3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi digunakan untuk data yang bersifat multivariate Menurut Bawono (2006). Analisis ini digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh variabel independen yang lebih dari satu terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

$\beta_0$  = Konstanta

$X_1$  = *E-service quality*

$X_2$  = Kepercayaan

$\beta_1$  = Koefisien *E-service quality*

$\beta_2$  = Koefisien Kepercayaan

e = Standar eror

## 3.8 Uji Asumsi Klasik

### 3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua



cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi dengan menggunakan pengujian berikut:

1. Uji Kolmogorov Smirnov Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

- a) Jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka distribusi normal
- b) Jika nilai signifikan  $< 0.05$  maka distribusi tidak normal

2. Grafik Normality Probability Plot Dalam uji ini ketentuan yang digunakan adalah:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.8.2 Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghazali (2013) uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya multikolinieritas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Menurut Wijaya (2013) model uji regresi yang baik adalah tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel tersebut.

2. Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi ( $>0.90$ ) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. 3. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari VIF, jika  $VIF < 10$  maka tingkat kolonieritas dapat ditoleransi.

### **3.8.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2013) Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas menggunakan metode scatterplot.

### **3.8.4 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu cross sectional. Autokorelasi merupakan korelasi time series (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika  $D - W$  sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai rule of thumb (aturan ringkas), jika nilai  $D - W$  di antara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi. (Ghozali, 2012)

## **3.9 Uji Hipotesis**

### **3.9.1 Uji T**

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara nilai dua nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dua sampel (Ghozali, 2013). Pada uji statistik t dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05, dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Bila tingkat signifikan ( $\text{Sig} < 0,05$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Bila tingkat signifikan ( $\text{Sig} > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

### **3.9.2 Koefisien Determinan $R^2$**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada prinsipnya untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Apabila nilai koefisien determinasi dalam regresi semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependennya (Sugiyono, 2008). Jadi uji  $R^2$  ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel independen yaitu *e-service quality* dan kepercayaan dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Apabila nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil (mendekati nol) maka semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati nilai satu maka pengaruhnya semakin besar.