

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3. 1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen terhadap Keputusan pembelian Produk Pakaian secara *online* Survey Pada mahasiswa program studi Ekonomi pembangunan angkatan 2018-2021 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Siliwangi. Penelitian ini menggunakan data primer yang diolah dengan melakukan penyebaran kuesioner yang akan dibagikan kepada mahasiswa program studi Ekonomi Pembangunan angkatan 2018-2021 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Siliwangi .

3. 2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode Deskriptif Kuantitatif Menurut Sugiyono (2015:23). Menyatakan "Metode penelitian Kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, data yang diangketkan dan dianalisis dengan teknik statistik, dengan data berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpulan data dengan jawaban yang berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot". Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil Kuesioner kepada Mahasiswa.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Sesuai dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian Terhadap Produk Pakaian Secara *Online*” .maka dalam penelitian ini penulis menggunakan dua Variabel, yaitu:

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2015:95) Pengertian variabel independen (bebas), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab dalam berubahannya dan timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen adalah Harga, Kualitas produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen.

2. Variabel dependen

Menurut Sugiyono (2017:39), variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas atau independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Keputusan pembelian Terhadap Pakaian Secara *Online*.

Berikut adalah penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini , disajikan dalam table 3.1

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yaitu tentang bagaimana individu, Kelompok dan organisasi memilih membeli, dan menggunakan barang atau jasa . Menurut Kotler dan Amstrong (2016)	- Karena adanya kebutuhan - membeli karena adanya rekomendasi dari teman - melihat dari segi kualitas - yakin akan produk tersebut	Ordinal
Harga (X ₁)	Harga adalah nilai uang yang ditawarkan untuk sebuah produk dan jasa. Menurut Kotler dan Amastrong (2012)	-keterjangkaun harga -kesesuaian harga dengan kualitas produk -daya saing harga -Kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal
Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas prdouk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-	-model produk -produk beragam -kesan yang modis - bahan produk -model sesuai dengan gambar	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)
Kepercayaan (X ₃)	Kepercayaan merupakan salah satu dari faktor psikologis dalam mempengaruhi <i>perilaku konsumen</i> . <i>Setiadi (2010)</i>	-kehandalan -kejujuran -kepedulian -kredibilitas	Ordinal
Selera Konsumen (X ₄)	Selera Konsumen adalah kesan yang diperoleh konsumen saat merasakan produk atau jasa yang diberikan pedagang. <i>Hanselman(2014)</i>	-Kesan Konsumen - Nilai Guna Produk -Bentuk sikap produk	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2018-2021 Menurut Sugiono (2016: 142) Kuesioner atau angket merupakan salah satu teknik untuk pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan bersifat tertulis kepada responden untuk dapat dijawab.

3.2.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2016:137) menyatakan bahwa data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan suatu data kepada pengumpul data. Data primer yang diperoleh merupakan dari sumber asli (tidak melalui perantara) dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran Kuesioner kepada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2018-2021

3.2.2.2 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa program studi Ekonomi pembangunan Fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2018-2021 ,yang pernah melakukan pembelian produk pakaian secara *online*, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif.

3.2.2.3 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel dilakukan sebuah *sampling*.

Menurut Sugiyono (2016:81) teknik *sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam menetapkan besarnya sampel (*sample size*) dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lameshow* ,sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

z : Skor z pada kepercayaan 95% =

p : maksimal estimasi = 0,5

d : alpha (0,01) atau sampling error =10%

Sampel yang masih dapat ditolerir atau yang diinginkan, sebesar 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,05 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi sampel yang akan di gunakan sebanyak 100

Dari perhitungan diatas terdapat hasil minimal sampel yaitu sebesar 96,04 mahasiswa, namun dibulatkan menjadi 100 mahasiswa yang harus dijadikan responden dari 713 Mahasiswa populasi sasaran.

Teknik Penarikan sampel dalam menentukan penelitian ini digunakan teknik Propotional sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan sebagai penentuan jumlah sampel pada masing- masing angkatan. Dengan cara random sampling dimana nantinya akan disebarnya adanya ketentuan yang telah ditetapkan penulis. Berdasrakan data yang ada untuk mengetahui besarnya jumlah sampel yang diambil penulis menggunakan Lemeshow.

3.2.2.4 Proses Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis melakukan studi kepustakaan agar didapatkan pemahaman mengenai teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian.
2. Penulis melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Siliwangi Angktan 2018-2021, kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara *online* dengan menggunakan google form yang berhubungan dengan harga, Kualitas produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen terhadap Keputusan pembelian pada produk pakaian secara *online* Dengan sekala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah dengan skala liker.

Dengan kuesioner yang diberikan merupakan kuesioner pilihan dimana pada setiap item pertanyaan nya disediakan 5 alternatif, sehingga jawabannya dapat dihitung. Dalam penelitian ini,

penelitian yang menggunakan skala pengukurannya yaitu dengan skala likert.

Menurut Sinambela (2017 :234) Skala likert merupakan suatu skala yang dapat digunakan untuk mengukur dari sikap, pendapatan. Dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau dari fenomena sosial. Dengan hasil pengoprasian variabel disusun dalam bentuk pernyataan–pernyataan (kuesioner/ angket). Dimana Harga (Variabel X_1), Kualitas produk (Variabel X_2), Kepercayaan (variabel X_3) dan Selera Konsumen (X_4) Dengan setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/ nilai yang berbeda. Dengan diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016:132)

3. 3 Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka penelitian menguraikan dalam bentuk model penelitian adalah model regresi linier berganda. Uji regresi linier ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh, antara Variabel independen yaitu Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2),

Kepercayaan (X_3), Selera Konsumen (X_4) serta Variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) Adapun model penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

X_3 = Kepercayaan

X_4 = Selera konsumen

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien regresi dari setiap variabel independen

β_0 = konstanta

e = error term

3. 4 Uji Instrumen Penelitian

3.4.1 Uji Validitas

Validitas yang menunjukkan sejauh mana pada suatu alat pengukuran, dengan mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Arikunto (2006:168) menyatakan bahwa “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan keselisihan suatu instrument. Uji Validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pertanyaan melalui total skor, dengan rumusan korelasi *product moment*.

Prosedur uji validitas yaitu membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yaitu angka kritik table korelasi pada derajat keabsahan atau *degree of freedom* dimana ($df = N - 2$) dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$

Kriteria pengujian :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pertanyaan tersebut valid .

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ pernyataan tersebut tidak valid.

Dengan rumus perhitungan:

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

Keterangan:

r : koefisien korelasi product moment

n : jumlah responden

x : score setiap item pertanyaan

y : score sub total dari semua item pertanyaan

Dari rumus diatas setelah angka korelasi didapat, maka untuk menguji apakah angka korelasi yang didapat benar-benar signifikan atau dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan dan variabel dapat dilihat dari nilai r-nya. Besarnya r dapat dihitung dengan menggunakan korelasi dimana taraf signifikan korelasinya (α) = 0,05. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut sehingga kuesioner sabagai alat ukur dinyatakan valid.

3.4.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data (Arikunto, 2006:154). Uji reabilitas bertujuan untuk mengukur gejala- gejala yang sama dan hasil pengukuran itu reliable. Uji reliable pada penelitian ini menggunakan teknik Crombach. Menurut Joko Widayanto (2010:43) menyatakan ”dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas“ adalah sebagai berikut:

Jika nilai crombach Alpha > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliable.

Jika nilai crombach Alpha < 0.60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliable

Dengan rumus :

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

Keterangan:

R_{tt} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum [\alpha t^2]$: jumlah varian butir

αt^2 : varian total

3.4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan mengenai ciri- ciri responden dan variabel penelitian. Untuk menjelaskan

hubungan dan tingkat pengaruh antar variabel yang sedang diteliti perlu dihitung jawaban dari setiap responden serta nilai rata-ratanya yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel. Agar setiap variabel penelitian bisa dideskripsikan maka dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan nilai variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Adapun statistik yang digunakan dalam penelitian adalah rata-rata (*mean*) dan NJI. Nilai rata-rata diperoleh dari jumlah data keseluruhan kemudian dibagi dengan jumlah yaitu sebagai berikut (Nazir, 2011).

$$\text{Untuk variabel X yaitu: } Me = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\text{Untuk variabel Y yaitu : } Me = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

Me = Rata-rata (*Mean*)

\sum = Jumlah

X_i = Nilai X ke i sampai ke n

Y_i = Nilai Y ke I sampai ke n

n = Jumlah Responden

Sebelum disajikan dalam bentuk tabel, kategori skala dibutuhkan untuk membuat garis kontinum. Bila nilai rata-rata dari setiap jawaban telah diketahui

maka perlu dihitung Nilai Jenjang Interval (NJI) yang bertujuan untuk mengukur klasifikasi penilaian dari variabel yang diamati, sebagaimana rumus berikut:

$$\text{NJI} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Contoh perhitungan bila variabel Keputusan pembelian terdapat 4 butir pertanyaan dengan menggunakan skala Likert dan jumlah respondennya sebanyak 100 orang, maka kita perlu mengetahui kategori *product knowledge* melalui perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Nilai tertinggi} = 5 \times 4 \times 100 = 2000$$

$$\text{Nilai terendah} = 1 \times 4 \times 100 = 400$$

$$\text{Jumlah} = 1200$$

Setelah diketahui hasil dari nilai tertinggi dan terendah selanjutnya masukan ke dalam formula NJI sebagai berikut:

$$\text{NJI} \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilia Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} = \frac{2.000 - 400}{5} = 320$$

Dari hasil perhitungan diatas nilai NJI nya yaitu sebesar 320. Adapun tabel katgeori skala yang digunakan berdasarkan perhitungan NJI yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Kategori Skala

Skala	Kategori
400 – 719	Sangat Tidak Setuju
720 – 1039	Tidak Setuju
1040 -1359	Kurang Setuju
1360 – 1679	Setuju
1680 -2.000	Sangat Setuju

3.4.4 Metode Sucessive Interval

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Metode Sucessive Interval*. Menurut Syarifudin Hidayat (2005:55) menyatakan bahwa “ *Method of successive interval* adalah metode skala untuk menentukan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval adalah sebagai berikut :

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada).
- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $P=F/n$
- c. Jumlah P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_k=O_p(1-)+P$).
- d. Proporsi komulatif (P_k) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap Kategori.
- e. Hitung SV (scala Value =nilai skala) dengan rumus:

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density upper limit}}{\text{Area under Upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

Nilai –nilai untuk *density* diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

- f. SV (Scale Value) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan sat (=1)

$$\text{Transformed SV} \longrightarrow Y = SV + |SV \text{ min}|$$

3.5 Teknik Analisis data

3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas X atau lebih terhadap variable terikat Y untuk membuktikan ada atau tiadanya hubungan kasual antara dua variable bebas atau lebih. Teknik ini digunakan untuk memperhitungkan dan memperkirakan secara kuantitatif beberapa faktor secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian produk Pakaian, pengujian hipotesis, serta dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linear berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, memiliki hubungan yang linear, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) dilakukan pengujian sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, dan keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dua cara, yaitu:

a. Metode Grafik

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

b. Uji Jarque-Bera

Uji ini menggunakan perhitungan skewnes dan kurtois. Jika suatu variabel didistribusikan normal maka nilai koefisien $S=0$ dan $K=3$, oleh karena itu jika residual terdistribusi secara normal maka diharapkan nilai statistik Jarque-Bera akan $=0$. Jarque-Bera didasarkan pada distribusi chi square dengan $df=2$. Jika nilai probabilitas Jarque-Bera besar atau tidak signifikan maka kita menerima hipotesis bahwa residual mempunyai distribusi normal karena nilai statistik Jarque-Bera mendekati nol dan sebaliknya.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau hampir seluruh variabel bebas dalam model. Hal ini mengakibatkan koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga, hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan sangat tinggi (lebih dari 95%) dan secara individu variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika antar variabel Independen mempunyai korelasi yang sangat kuat
3. Dilihat dari tolerance value (TOL), eigen value, dan yang paling umum digunakan adalah varians inflation factor (VIF).
 - Tolerance untuk mengukur variabilitas variabel Independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel Independen lainnya.
 - $VIF = 1/Tolerance$
 - Jika nilai tolerance $< 0,1$ atau $VIF > 10$ maka disimpulkan adanya multikolinearitas.

- Klein (1962) menunjukkan bahwa, jika VIP lebih besar dari $1/(1-R^2)$ atau nilai toleransi kurang dari $(1-R^2)$, maka multikolinearitas dianggap signifikan secara statistik.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah, apabila dalam regresi terdapat homokedastisitas, yaitu apabila varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Sebaliknya apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara uji white

Uji white dilakukan dengan meregresikan residual kuadrat sebagai variabel dependen dengan variabel dependen ditambah dengan kuadrat. Variabel independen kemudian ditambahkan lagi dengan perkalian dua variabel independen. Prosedur pengujian dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

H_1 : Ada heteroskedastisitas

Jika $\alpha = 5\%$, maka tolak H_0 , jika $\text{obs} * R\text{-square} > X^2$ atau $P\text{-value} < \alpha$.

3.5.3 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini membandingkan signifikansi masing-masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, pada tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang kecil. Hipotesis dalam uji t ini adalah:

1. $H_0 : \beta_i \leq 0$

Secara parsial variabel bebas Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online*.

2. $H_a : \beta_i > 0$

Secara parsial variabel bebas Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen berpengaruh positif terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online* Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

- H_0 tidak ditolak jika nilai $t_{\text{statistika}} \leq t_{\text{tabel}}$, dengan kata lain nilai probabilitas $>0,05$. Artinya semua variabel bebas, Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Selera

Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online* .

- H_0 ditolak jika nilai $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$, dengan kata lain nilai probabilitas $< 0,05$. Artinya semua variabel Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online*.

2. Uji F

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas signifikansinya. Jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari lima persen maka variabel independen akan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam uji F ini adalah:

1. $H_0 : \beta_i = 0$

Secara bersama-sama variabel bebas Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen tidak berpengaruh terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online*.

2. $H_a : \beta_i > 0$

Secara bersama-sama variabel bebas Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen berpengaruh terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online*.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

- H_0 tidak ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} \leq f_{\text{tabel}}$. Artinya semua variabel bebas yaitu Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online*.
- H_0 ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$. Artinya semua variabel bebas yaitu Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Selera Konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online*.

3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Basuki (2016:46) nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 menjelaskan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh variasi independen. Keputusan R^2 .

1. Nilai R^2 mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau tidak ada korelasi.

2. Nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memperdiksi variasi variabel dependen atau terdapat keterkaitan.