

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Sebelum penelitian dilakukan, perlu rancangan penelitian sebagai rencana kerja agar penelitian terarah. Rancangan penelitian ini menggunakan penelitian eksplanasi yaitu penelitian yang membandingkan atau mempengaruhi antara satu variabel dengan variabel yang lain dengan maksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel tersebut (Siregar S. , 2013). Pengumpulan datanya menggunakan kuisisioner (angket). Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA Jombang yang peneliti temui dan kebetulan berbelanja menggunakan aplikasi *shopee*. Teknik yang digunakan dalam menentukan sampel adalah *sampling purposive* yang artinya metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2013). .

3.2 Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan pengguna produk dari aplikasi *shopee* di kampus STIE PGRI DEWANTARA jombang dengan jangka waktu penelitian selama enam bulan dimulai dari bulan maret sampai dengan agustus 2018. Dan objek dari penelitian ini adalah Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang Secara Daring Di *Shopee* (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA Jombang).

3.3 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel diantaranya yaitu :Variabel Terikat (Dependent variabel) Minat beli ulang (Y), Variabel Bebas (independent Variabel) Kepercayaan (X1) dan Kualitas Informasi (X2). Kisi-kisi indikatornya dapat dilihat pada table 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1 Kisi – Kisi Indikator Penelitian

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM	SUMBER
Minat Beli Ulang (Y)	Minat Transaksional	1. Keinginan konsumen untuk menggunakan kembali aplikasi <i>Shopee</i> .	Ferdinand, (2006)
	Minat referensial	2. Keinginan konsumen untuk merefrensikan produk <i>shopee</i> kepada orang lain.	
	Minat preferensial	3. Menjadikan produk <i>shopee</i> sebagai pilihan utama dibandingkan aplikasi lain.	
Kepercayaan (X1)	Konsistensi dalam kualitas.	4. <i>Shopee</i> selalu mengedepankan kualitas sepanjang waktu.	
	Komposisi informasi dengan kualitas produk	5. Informasi yang diberikan <i>shopee</i> sesuai dengan kualitas produk yang di pasarkan.	Mowen (2002)
Kualitas Informasi (X2)	kepercayaan konsumen	6. Konsumen percaya bahwa tenaga penjual perusahaan memiliki tanggung jawab 7. Konsumen percaya bahwa tenaga penjual perusahaan memiliki kejujuran.	
	Akurat	8. Informasi yang jelas. 9. Informasi sesuai dengan produk yang dijual.	Sutabri (2012:33)
	Kelengkapan	10. Informasi yang dihasilkan selalu lengkap.	
	Relevan	11. Informasi yang dihasilkan mempunyai manfaat bagi pengguna.	

3.3.1 Minat Beli Ulang

Menurut (Ferdinand, 2006) Minat beli ulang dapat diidentifikasi oleh beberapa indikator yaitu :

1. Minat referensial yaitu, keinginan konsumen untuk merekomendasikan produk yang sudah dibelinya kepada orang lain, supaya orang tersebut membeli produk dengan pengalaman konsumsinya.
2. Minat Exploratif yaitu, minat seseorang mencari informasi pada produk yang diinginkannya.
3. Minat Transaksional yaitu, keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang telah dikonsumsinya
4. Minat Preferensial, minat menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.

3.3.2 Kepercayaan Konsumen

Mengacu pada konsep Mowen dan minor (2002) dalam penelitian ini didefinisikan bahwa Kepercayaan merupakan persepsi konsumen tentang objek, atribut dan manfaat *shopee* sesuai dengan keinginan konsumen. Menurut Mowen (2002) kepercayaan dapat diukur dengan indikator:

1. Konsisten dalam kualitas;
2. Mengerti keinginan konsumen;
3. Komposisi informasi dengan kualitas produk;
4. Kepercayaan konsumen;
5. Produk yang handal.

3.3.3 Kualitas Informasi

Kualitas informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. Menurut Sutabri (2012: 33), kualitas dari suatu informasi tergantung dari tiga hal, yaitu :

1. Akurat

Informasi yang dijelaskan harus benar benar sesuai dengan produk yang dijual

2. Kelengkapan

Informasi yang dihasilkan dapat memberikan kelengkapan yang baik, karena jika informasi yang dihasilkan hanya sebagian-sebagian tentu akan mempengaruhi dalam menentukan tindakan secara keseluruhan, sehingga akan berpengaruh terhadap kemampuan dalam memecahkan masalah.

3. Relevan

Informasi yang ada memiliki nilai kemanfaatan sesuai dengan yang dibutuhkan pemakainya.

3.4 Skala Pengukuran.

Pengukuran angket dengan menggunakan skala likert. Menurut (Siregar I. S., 2013) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai suatu objek atau fenomena tertentu.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk

membuat suatu pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor untuk angket yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negative sebagai berikut :

- a) Skor 5, dengan kategori sangat setuju (ss)
- b) Skor 4, dengan kategori setuju (s)
- c) Skor 3, dengan kategori netral (n)
- d) Skor 2, dengan kategori tidak setuju (ts)
- e) Skor 1, dengan kategori sangat tidak setuju (sts)

3.5 Populasi Dan Sampel

3.5.1 Penentuan Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Jadi populasi berhubungan dengan data, bukan manusianya. Kalau setiap manusia memberikan suatu data maka, maka banyaknya atau ukuran populasi akan sama dengan banyaknya manusia (Margono, 2004). Berikut daftar mahasiswa dapat dilihat pada table 3.2:

Tabel 3.2 Daftar Mahasiswa Aktif Periode 2017-2

PRODI	ANGKATAN			
	2017	2016	2015	2014
AKUNTANSI	135	243	136	143
MANAJEMEN	271	219	175	169
TOTAL	490	219	311	312

Dari tabel 3.2 dapat diketahui jumlah mahasiswa dari Prodi Akuntansi dan Prodi Manajemen angkatan 2014 sampai 2015. Populasi dalam penelitian ini

adalah Mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA Jombang yang dikhususkan pada Prodi Manajemen dengan jumlah 344 mahasiswa angkatan 2014 sampai 2015. Dengan menggunakan aplikasi SPSS 21 tinggi minimal akurasi 100 responden. maka dari itu peneliti mengambil populasinya sebanyak 100 Mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA Jombang. Kriterianya adalah mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA yang mempunyai gadget ada instalasi *shopee*nya angkatan tahun 2014 sampai dengan 2015 pada Prodi Manajemen.

3.5.2 Penentuan Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat dan ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar S. , 2013)

Teknik dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik non probability yaitu dengan teknik *purposive sampling* yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2013). yaitu :

- a. Jenis kelamin : pria dan wanita
- b. Usia : 16 tahun sampai dengan 30 tahun
- c. Mempunyai gadget yang ada instalasi aplikasi *shopee*.

Peneliti dapat mengetahui sampel dengan menggunakan kuisioner yang tertera kriteria-kriteria tersebut dengan menggunakan rumus teknik solvin sebagai berikut :

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

Dimana :

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan.

Dalam penelitian ini tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditetapkan sebesar 5%, sehingga jumlah sampelnya adalah :

$$n = \frac{100}{1 + 100(0,05)^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + (100 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{100}{1 + 0,25}$$

$$n = \frac{100}{1,25}$$

$$n = 80$$

Maka $n = 80$. Oleh karena itu, peneliti mengambil sampel yang dipilih adalah pengguna aplikasi *Shopee* pada Program Studi Manajemen angkatan 2014 sampai 2015 yang berjumlah 80 orang mahasiswa sebagai sampel dari populasi yang berjumlah 100 orang mahasiswa.

3.6 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah informasi data yang dikumpulkan dari lapangan dengan menggunakan metode survey melalui daftar pertanyaan yang bersifat terstruktur yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden Siregar (2013). Untuk mempermudah responden menggunakan

kuisisioner pertanyaan – pertanyaan tertutup dengan beberapa alternative jawaban. Jadi, responden akan memilih alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapatnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari studi kepustakaan untuk mendapatkan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. sumber data ini diperoleh dari jurnal, buku dan data – data yang dari internet, sehingga peneliti berharap dapat memperoleh data dan informasi lebih mendalam yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

3.6.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010) metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari peneliti adalah pengumpulan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan (questioner)

1. Daftar pertanyaan (*questioner*)

Pertanyaan yang diberikan kepada Mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA Jombang yang peneliti temui dan kebetulan berbelanja menggunakan aplikasi *shopee* dalam bentuk daftar pertanyaan. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan berbagai pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Margono (2004). Bentuk kuisisioner yang diberikan berbentuk *rating scale* (skala bertingkat), yaitu sebuah pertanyaan diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan-tingkatan, misalnya mulai dari sangat setuju sampai ke sangat tidak setuju (Arikunto, 2010).

Beberapa prinsip dalam penelitian angket sebagai teknik pengumpulan data yaitu Sekaran (1992): (1) Prinsip penelitian, prinsip ini menyangkut beberapa

faktor yaitu: isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan mudah, pertanyaan tertutup-terbuka, negatif-positif, pertanyaan tidak mendua, pertanyaan tidak mengarahkan, panjang pertanyaan dan urutan pertanyaan, (2) Pengukuran, angket yang diberikan kepada responden adalah merupakan instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti, dan (3) Penampilan fisik. Penampilan fisik angket sebagai alat pengumpul data akan memengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi angket.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskripsi, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013).

3.8 Analisis deskriptif

Menurut sugiono, 2013 metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanp bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhdap item atau butir pertanyaan dalam angket untuk mengetahui rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

Nilai skor – Nilai skor terendah

Jumlah kategori

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$=0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- a. 1,0 – 1,8 = Sangat buruk
- b. 1,9 – 2,6 = Buruk
- c. 2,7 – 3,4 = Cukup
- d. 3,5 – 4,2 = Baik
- e. 4,3 – 5,0 = sangat baik (sudtaja, 2005)

3.8.1 Teknik Pengujian Instrument

Peneliti ini menggunakan kuesoner sebagai skala pengukuran variabel penelitian. kriteria kuesoner yang baik salah satunya memenuhi uji validitas dan uji reabilitas.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas menurut Siregar (2013) adalah suatu alat ukur yang bisa mengukur sejauh mana ketepatan yang dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Suatu kuesoner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesoner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesoner tersebut. uji validitas menggunakan teknik korelasi product moment untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu signifikan.

Dengan responden sejumlah 80 diperoleh hasil pengolahan data diketahui nilai $r_{\text{tabel}} = 0,220$, dengan ketentuan $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ maka item tersebut bisa dikatakan valid. Maka variabel kepercayaan (X1), kualitas informasi (X2) dan minat beli ulang (Y) dapat diketahui item yang valid dan tidak valid yang ditunjukkan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Uji Validitas Butir Pernyataan Kuesioner

Variabel	Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kepercayaan	P1	0,689	0,220	Valid
	P2	0,698		
	P3	0,663		
	P4	0,623		
Kualitas Informasi	P1	0,591	0,220	Valid
	P2	0,832		
	P3	0,816		
	P4	0,682		
Minat Beli Ulang	P1	0,790	0,220	Valid
	P2	0,858		
	P3	0,709		

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Siregar (2013) adalah untuk mengetahui suatu nilai sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten apabila sudah melakukan pengukuran lebih dari satu kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama juga. Berikut adalah uji reliabilitas pada tiap-tiap variabel.

a. Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X1)

Dari instrument yang sudah disebarkan kepada responden di dapat perhitungan pada Tabel 3.4. Pada pengujian variabel Kepercayaan (X1) di Tabel 4.6 dapat dilihat pada *Guttman Split-Half Coefficient* dengan nilai 0,465 korelasi berada pada kategori kuat. Bila dibandingkan dengan r_{tabel} (0,220) maka r_{hitung} (0,465) lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa angket tersebut reliable.

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,628
		N of Items	2 ^a
	Part 2	Value	,390
		N of Items	2 ^b
	Total N of Items		4
	Correlation Between Forms		,303
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length	,465	
	Unequal Length	,465	
Guttman Split-Half Coefficient		0,465	

a. The items are: X1.1, X1.2.

b. The items are: X1.3, X1.4.

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

b. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi (X2)

Pada pengujian variabel kualitas informasi (X2) di Tabel 3.5 dapat dilihat pada *Guttman Split-Half Coefficient* dengan nilai 0,623 korelasi berada pada kategori kuat. Bila dibandingkan dengan r_{tabel} (0,220) maka r_{hitung} (0,623) lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa angket tersebut reliable.

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,639
		N of Items	2 ^a
	Part 2	Value	,629
		N of Items	2 ^b
	Total N of Items		4
	Correlation Between Forms		,456
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length	,627	
	Unequal Length	,627	
Guttman Split-Half Coefficient		,623	

a. The items are: X2.1, X2.2.

b. The items are: X2.3, X2.4.

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

c. Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)

Pada pengujian Minat Beli Ulang (Y) di Tabel 3.6 dapat dilihat pada *Guttman Split-Half Coefficient* dengan nilai 0.486 korelasi berada pada kategori kuat. Bila dibandingkan dengan r_{tabel} (0,220) maka r_{hitung} (0.486) lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa angket tersebut *reliable*.

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,748
		N of Items	2 ^a
	Part 2	Value	1,000
		N of Items	1 ^b
	Total N of Items		
Correlation Between Forms			,381
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,552
	Unequal Length		,572
Guttman Split-Half Coefficient			0,486

a. The items are: Y1, Y2.

b. The items are: Y2, Y3.

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi:

1. Uji Normalitas

Sebelum melakukan uji statistik regresi dan kolerasi perlu dilakukan pengujian normalitas data, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov Test* yang nantinya akan diolah dengan bantuan SPSS Versi

21.0 for windows, kemudian alat uji statistik parametrik dapat digunakan bila asumsi data sampel berdistribusi normal terpenuhi.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymptotik Significance*), yakni:

- Jika Probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
- Jika Probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi mempunyai korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak orthogonal, yaitu korelasi diantara variabel tidak nol. Uji multikolineritas dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Metode ini ditujukan untuk mendeteksi variabel-variabel mana yang menyebabkan terjadinya multikolinearitas, besar nilai VIF dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Gujarati, 2003)

$$VIF = \frac{1}{(1 - r_{ij}^2)}$$

Dimana:

VIF = Variance Inflation Factor

r_{ij} = Besarnya korelasi antara variabel i dan variabel j

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah yang mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan angka tolerance mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas atau sebaliknya (Priyatno, 2014).

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ atau sebelumnya. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Beberapa uji statistik yang sering digunakan adalah uji *Durbin-Watson*, uji *Run Test* dan jika data observasi di atas 100 sebaiknya menggunakan uji *Lagrange Multiplier*.

Untuk memeriksa adanya autokorelasi, biasanya dilakukan uji statistik *Durbin-Watson (DW)* dengan rumus sebagai berikut (Gujarati, 2003):

$$d = \frac{\sum(x_i - x_{i-1})^2}{\sum x_i^2}$$

Dimana:

x_i = Residual dari persamaan regresi periode i , sama dengan nilai $x_i - x_{i-1}$ atau deviasi nilai observasi dari nilai peramalan.

x_{i-1} = Residual dari persamaan regresi periode $i-1$, sebelum periode i .

Nilai statistik hitung diatas dibandingkan dengan nilai teoritisnya, dan kriteria pengambilan kesimpulannya sebagai berikut:

- Jika $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$, maka terdapat autokorelasi.
- Jika $dU < DW < 4 - dU$, maka tidak terdapat autokorelasi.
- Jika $dL \leq DW \leq dU$ atau $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$, uji *Durbin Watson* tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (*inconclusive*).

4. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika

varians dari residual satu pengamatan-pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Untuk menguji ada tidaknya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang diperoleh digunakan uji korelasi *Rank Spearman* (Gujarati, 2003). Rumus untuk mencari koefisien korelasi *Spearman* adalah sebagai berikut (Nazir, 2011):

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{N^3 - N}$$

Dimana:

d_i = beda antara 2 pengamatan berpasangan

N = total pengamatan

ρ = koefisien korelasi Spearman

Selain uji korelasi *Rank Spearman*, salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) (Wijaya, 2012). Cara menganalisisnya:

- Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, jika terjadi maka mengindikasikan terdapat heterokedastisitas.
- Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 10 pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Berganda

Parameter dari suatu hubungan fungsional antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel ingin diestimasi, maka analisis regresi yang dikerjakan berkenaan dengan regresi berganda (*multiple regression*) (Nazir, 2011).

Persamaan umum regresi berganda adalah (Sugiyono, 2013):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Minat Beli Ulang

α = Konstanta, merupakan nilai terkait yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah 0 ($X_1, X_2 = 0$)

β_1 = Koefisien regresi berganda antar variabel bebas X_1 terhadap variabel terikat Y, bila variabel bebas X_2 dianggap konstan

β_2 = Koefisien regresi berganda antar variabel bebas X_2 terhadap variabel terikat Y, bila variabel bebas X_1 dianggap konstan

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Kualitas Informasi

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Arti koefisien β adalah jika nilai β positif (+), hal tersebut menunjukkan hubungan yang searah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan besarnya variabel terikat. Sedangkan jika nilai β negatif (-), menunjukkan hubungan yang berlawanan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain setiap peningkatan besarnya nilai variabel bebas

akan diikuti oleh penurunan besarnya nilai variabel terikat, dan sebaliknya (Sugiyono, 2013).

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan Hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk menguji hipotesis, dapat menggunakan rumus berikut ini:

1. Uji t (Pengujian secara Parsial)

Uji t berarti melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Rumusan uji t sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t = Distribusi t
- n = Jumlah data
- r = Koefisien korelasi parsial
- r^2 = Koefisien determinasi

t hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t_{table} dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan sebagai dasar perbandingan sebagai berikut:

Ho diterima jika nilai $-t_{table} < t_{hitung} < t_{table}$

Ho ditolak jika nilai $t_{hitung} > t_{table}$ atau $t_{hitung} < -t_{table}$

Bila terjadi penerimaan Ho maka dapat disimpulkan suatu pengaruh adalah tidak signifikan, sedangkan bila Ho ditolak artinya suatu pengaruh adalah signifikan.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) yaitu kepercayaan (X_1), kualitas informasi (X_2), terhadap minat beli ulang sebagai variabel dependen (Y).

5. Uji F (Pengujian secara Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli Ulang secara simultan.

Rumus pengujian adalah (Sugiyono, 2013):

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree freedom* = $n - k - 1$ dengan kriteria sebagai berikut:

Ho ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$

Ho diterima jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$

Jika terjadi penerimaan Ho, maka dapat diartikan sebagai tidak signifikannya model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Adapun yang menjadi hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho: $\beta_1 = \beta_2 = 0$

X_1 (kepercayaan), X_2 (kualitas Informasi), tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang (Y) di *Shopee*.

Ha: $\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$

X_1 (kepercayaan), X_2 (kualitas Informasi), berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang (Y) di *Shopee*

6. Penetapan tingkat signifikansi

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 0$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Dalam ilmu-ilmu sosial tingkat signifikansi 0,05 sudah lazim digunakan karena dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antar-variabel yang diteliti.