

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Sugiyono menyatakan bahwa penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis, membuktikan suatu fakta atau memprediksi keabsahan sebuah teori yang dinyatakan.⁷⁸ Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian difokuskan untuk menguraikan hubungan variabel yang saling memengaruhi dan variabel tersebut diukur dalam bentuk numerik dan diolah secara statistik.⁷⁹ Selanjutnya, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Menurut sugiyono, penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sebab akibat antara variabel independen dan variabel dependen.⁸⁰ Oleh karena itu, hubungan sebab akibat pada penelitian ini untuk mengungkapkan pengaruh *influencer* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow melalui *marketplace* Shopee pada generasi Z di Kediri.

Dalam penelitian ini, variabel *influencer* (X_1) dan *online customer review* (X_2) sebagai variabel independen dianalisis pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Pengujian dilakukan melalui analisis parsial untuk melihat pengaruh masing-masing variabel, serta

⁷⁸ Prof Sugiyono, (*Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*) (Alfabeta, 2008), <https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>.

⁷⁹ Budi Gautama Siregar dan H Ali Hardana, *Metode Penelitian EKonomi dan Bisnis* (Merdeka Kreasi Group, 2022).

⁸⁰ Sugiyono, "Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D."

analisis simultan untuk mengkaji kekuatan pengaruh kedua variabel tersebut secara kolektif.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan area atau wilayah tempat pelaksanaan kegiatan penelitian. Pada penelitian ini, tempat yang dipilih adalah wilayah Kediri yang terletak di Provinsi Jawa Timur.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸¹ Populasi pada penelitian ini adalah Generasi Z berusia 20-25 tahun berdomisili di Kediri yang berjumlah 181.778 jiwa.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan sebagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi⁸². Dalam penelitian ini, penentuan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Sehingga penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk pemilihan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap relevan dan berkaitan dengan tujuan

⁸¹ Dr Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D," (Alfabeta, 2013).

⁸² Ibid.

penelitian. Oleh karena itu, kriteria yang ditetapkan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengguna produk Glad2Glow
- b. Pernah melakukan pembelian Glad2Glow di Shopee
- c. Generasi Z dengan rentang usia 20-25 tahun
- d. Berdomisili di Kediri

Dengan demikian, Karena pada jumlah populasi penelitian ini yang tergolong besar, peneliti menetapkan penggunaan rumus Slovin dalam penentuan jumlah sampel dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%, yang dihitung sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Jumlah Populasi

e = *Margin of error* 5%, (tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel)

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{181.778}{1 + 181.778 (0,05)^2} \\ &= \frac{181.778}{1 + 181.778 (0,0025)} \\ &= \frac{181.778}{455,445} \\ &= 399 \text{ atau dibulatkan menjadi } 400 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rumus tersebut, jumlah sampel yang diperoleh untuk penelitian ini adalah 400 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah elemen atau faktor yang diukur dalam sebuah studi untuk memahami hubungan atau pengaruh antar elemen tersebut. Variabel penelitian merupakan elemen utama dalam kegiatan penelitian karena berfungsi untuk membantu menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁸³ Variabel penelitian dapat dipahami sebagai atribut, sifat, atau nilai dari seseorang, objek, maupun aktivitas yang memiliki variasi tertentu dan ditentukan oleh peneliti untuk dikaji serta ditarik kesimpulannya. Secara umum, variabel dalam penelitian diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) karena hubungan antara kedua variabel ini menjadi inti dalam analisis data.⁸⁴

4. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab perubahan terhadap variabel lain.⁸⁵ Variabel independen pada penelitian ini adalah *Influencer* (X_1), dan *Online Customer Rview* (X_2).

5. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas

⁸³ Mahfudhotin, "Statistika" (IAIN Kediri Press, 2022).

⁸⁴ H Farid Wajdi et al., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Penerbit Widina, 2024).

⁸⁵ Dudi Badruzaman et al., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024).

(independen).⁸⁶ Variabel dependen pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (*Y*).

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjabaran yang ditetapkan peneliti untuk menjelaskan secara konkret sebagai subjek dalam penelitian⁸⁷. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel berfungsi sebagai acuan untuk menyesuaikan dan merinci indikator pengukuran yang diuraikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.1: Indikator Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Influencer</i> (<i>X₁</i>)	Menurut Gunawan, dkk. <i>Influencer</i> dalam konteks pemasaran merupakan strategi yang memanfaatkan ketenaran dan pengaruh seorang <i>influencer</i> untuk membangun kesadaran merek dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu produk maupun jasa ⁸⁸ .	1. <i>Trustworthiness</i> (Kepercayaan) 2. <i>Expertise</i> (Keahlian) 3. <i>Attractiveness</i> (Daya Tarik) 4. <i>Respect</i> (Rasa Hormat) 5. <i>Similarity</i> (Kesamaan) (Shimp). ⁸⁹	Likert
<i>Online Customer Review</i> (<i>X₂</i>)	Menurut Martini, dkk. <i>Online Customer Review</i> ⁹⁰ dimanfaatkan sebagai alat bagi konsumen untuk mencari serta memperoleh informasi yang kemudian akan memengaruhi pada keputusan pembelian.	1. <i>Source Credibility</i> (Kredibilitas Sumber) 2. <i>Argumen Quality</i> (Kualitas Argumen) 3. <i>Perceived Usefulness</i> (Manfaat yang dirasakan)	Likert

⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ Umar Hamdan Nasution dan Listya Devi Junaidi, *Metode Penelitian* (Serasi Media Teknologi, 2024).

⁸⁸ Gunawan, Nurillah Jamil Achmawati Novel, dan Sri Ayu Budiyaniti, "Strategi Influencer Marketing Pada Rahsa Nusantara Dalam Meningkatkan Brand Awareness," *Jurnal Lentera Bisnis* 12, no. 3 (2023): 725.

⁸⁹ Shimp, *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*., (Cengage Learning, 2012).

⁹⁰ Luh Kadek Budi Martini, dkk, "Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta," *Journal of Applied Management and Accounting Science* 4, no. 1 (2022): 15–24.

		4. <i>Review Valance</i> (Ulasan Gabungan) 5. <i>Quantity of Reviews</i> (Jumlah Ulasan) (Latifa dan Harimukti). ⁹¹	
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Philip Kotler dan Armstrong, keputusan pembelian adalah fase dalam proses pengambilan keputusan konsumen di mana pembeli akhirnya melakukan pembelian ⁹² .	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian (Kotler dan Armstrong). ⁹³	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian, data memiliki peran yang sangat penting karena tanpa adanya data, penelitian tidak dapat dilaksanakan. Tingkat ketelitian dan keabsahan data menjadi faktor utama, sebab data yang tidak akurat akan menghasilkan informasi maupun kesimpulan yang keliru⁹⁴. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder:

1. Data primer: yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Dengan demikian, sumber penelitian ini melalui penyebaran kuisoner secara online dan offline. Kuisoner online disebarakan melalui Google Form dan kuisoner offline dibagikan secara langsung dalam bentuk lembar kertas kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Kuisoner dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

⁹¹ Latifa and Harimukti, "Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review." " *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* 1, no. 1 (2016): 257–59, <https://core.ac.uk/download/pdf/78033925.pdf>.

⁹² Kotler dan Armstrong, *Principles of Marketing.*, (Pearson Higher Education, 2017).

⁹³ Ibid.

⁹⁴ M Husnullail dan M Syahrani Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah," *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 70–78.

2. Data sekunder: yaitu data yang telah tersedia dan dipublikasikan oleh pihak lain, seperti dalam buku, jurnal, laporan, data pemerintah, maupun database online. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi literatur, yaitu dengan menelaah dan mengkaji berbagai sumber informasi yang relevan seperti dari *Badan Pusat Statistik (BPS)*, Databoks, dan lain – lain untuk mendukung penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil data primer yang diperoleh melalui kuisisioner. Dokumentasi bukti penyebaran kuisisioner secara offline berupa foto kegiatan penelitian dan arsip kuisisioner yang telah diisi responden serta bukti penyebaran kuisisioner secara online berupa foto *screenshot*.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dalam penelitian yang dilakukan.⁹⁵ Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel, yaitu *influencer*, *online customer review*, dan keputusan pembelian. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang dirancang sesuai dengan tujuan penelitian, di mana responden

⁹⁵ Nasution dan Junaidi, *Metode Penelitian*. (Serasi Media Teknologi, 2024).

diminta memberikan jawaban berdasarkan pengalaman dan persepsi mereka. Jawaban yang diperoleh kemudian diukur menggunakan skala *likert* sehingga dapat dikonversikan ke dalam bentuk data kuantitatif untuk dianalisis lebih lanjut. Dengan demikian, kuesioner tidak hanya berfungsi sebagai alat pengumpulan data, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh informasi yang relevan dalam menguji pengaruh *influencer* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow melalui *marketplace* Shopee pada Generasi Z di Kediri.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pengolahan data yang telah dikumpulkan sehingga menghasilkan informasi yang dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis penelitian.⁹⁶ Melalui proses analisis ini, data yang awalnya berupa angka akan diolah, disusun, dan diinterpretasikan sehingga menghasilkan temuan penelitian yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian ini, analisis data menggunakan metode Analisis Regresi Berganda dan menggunakan bantuan *software IBM SPSS 21*.

1. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Editing merupakan proses memeriksa dan memperbaiki data mentah yang telah dikumpulkan, termasuk mengidentifikasi kesalahan, kekosongan, maupun inkonsistensi, sehingga data menjadi lebih lengkap,

⁹⁶ Muhammad Taufiq Azhari, dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

akurat, dan siap untuk diolah lebih lanjut. Kegiatan ini dilakukan dengan meninjau kembali seluruh data yang diperoleh oleh peneliti untuk memastikan bahwa data tersebut telah memadai dan layak digunakan dalam tahap analisis, atau masih memerlukan pemeriksaan dan perbaikan lebih lanjut.

2. *Coding (Kode)*

Tahap pemberian kode dengan menggunakan simbol – simbol seperti angka, huruf, dan lain – lain pada jawaban atau variabel sehingga data dapat diklasifikasikan untuk memudahkan analisis dan pemrosesan dengan perangkat lunak statistik seperti:

- a. (X_1) *Influencer*
- b. (X_2) *Online Customer Review*
- c. (Y) Keputusan Pembelian

3. *Scoring (Skor)*

Scoring adalah proses pemberian nilai (skor) terhadap jawaban yang diberikan oleh responden, sehingga data yang diperoleh dapat dikategorikan dan diolah dengan lebih mudah menggunakan perangkat lunak statistik. Dalam penelitian ini, penentuan skor dilakukan berdasarkan skala *Likert*, sebagai berikut:

Tabel 3.2: Skala Likert Penilaian Kuisioner

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

4. *Tabulating*

Data yang telah melalui proses *coding* dan *scoring* kemudian disusun dan diringkas dalam bentuk tabel agar lebih mudah dipahami dan dianalisis secara statistik. Selanjutnya, data tersebut disajikan menggunakan Microsoft Excel untuk mempermudah proses pengolahan.

5. *Procesing*

Yaitu proses pengolahan data secara statistik dengan memasukkan data yang telah ditabulasi ke dalam perangkat lunak pengolahan data.⁹⁷

I. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data merupakan cara yang digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian benar dan akurat, sekaligus menjadi alat dalam penelitian kuantitatif untuk menjawab rumusan masalah atau membuktikan asumsi yang diajukan.⁹⁸

1. Uji Instrumen

Uji Instrumen adalah pengujian terhadap alat ukur penelitian berupa kuesioner untuk memastikan bahwa instrumen tersebut layak digunakan.⁹⁹

Uji ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan langkah yang dibuat untuk menilai seberapa mampu suatu alat penelitian untuk mengukur data¹⁰⁰. Proses

⁹⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D." (Alfabeta, 2013).

⁹⁸ Azhari et al., *Metode Penelitian Kuantitatif*, (PT. Sonpedia Publishing Indonesia: 2023).

⁹⁹ Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta, 2019).

¹⁰⁰ Andra Tersiana, *Metode Penelitian* (Anak Hebat Indonesia, 2018).

ini digunakan untuk mengevaluasi keabsahan sebuah kuesioner dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dengan demikian, uji validitas penelitian ini menggunakan alat ukur berupa korelasi *product moment*, yaitu untuk mengetahui tingkat hubungan antara setiap item pertanyaan dengan skor total, sehingga dapat ditentukan apakah item tersebut valid atau tidak. Berikut rumus korelasi *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

N = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Dalam pengujian validitas, penentuan kelayakan instrumen dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2 dan taraf signifikansi 0,05 atau 5%.
- 2) Data dianggap valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$
- 3) Data dianggap tidak valid jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan. Alat tersebut dianggap memiliki reliabilitas jika bisa secara

konsisten memberikan hasil yang identik dalam pengulangan pengukuran¹⁰¹. Dalam penelitian ini, realibilitas diuji melalui metode *Cronbach's Alpha*, dengan rumus sebagai berikut:

Menurut Ghozali, suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,060$.¹⁰² Oleh karena itu, dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3: Interpretasi Nilai *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Alpha</i>	Interpretasi
0,00 – 0,2	Kurang Reliabel
0,21 – 0,4	Agak Reliabel
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,81 – 1,00	Sangat Reliabel

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel dalam penelitian. Analisis ini umumnya meliputi nilai minimum dan maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi, serta distribusi frekuensi yang dapat ditampilkan dalam bentuk tabel maupun histogram.¹⁰³

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang dilakukan sebelum analisis regresi untuk memastikan data memenuhi syarat analisis

¹⁰¹ Ns Siti Rapingah, dkk, *Buku Ajar Metode Penelitian* (Feniks Muda Sejahtera, 2022).

¹⁰² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23*, 2016.

¹⁰³ Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmad, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Deepublish, 2021).

statistik.¹⁰⁴ Uji ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, analisis korelasi pearson, analisis regresi berganda dan uji hipotesis.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Jika data tidak mengikuti distribusi normal, maka hasil dari analisis bisa jadi tidak valid.¹⁰⁵ Melalui uji normalitas, peneliti dapat memastikan apakah data telah memenuhi asumsi normalitas atau perlu dilakukan transformasi maupun penggunaan metode alternatif. Dalam penelitian ini pengujian uji normalitas menggunakan dua metode yaitu melihat garis diagonal pada grafik Normal P-P Plot. Data dianggap berdistribusi normal jika titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal. Sebaliknya, apabila titik – titik residual menjauh dari garis diagonal atau membentuk pola tertentu, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan rumus sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai sig. > 0,05 maka data penelitian dinyatakan berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai sig. < 0,05 maka data penelitian dinyatakan tidak berdistribusi normal.

¹⁰⁴ P D Sugiyono, “Quantitative, Qualitative, and R&D Research Methods,” *Bandung: (ALFABETA, Ed.)*, 2018.

¹⁰⁵ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, dan Riza Bahtiar Sulistyan, “Metode Penelitian Kuantitatif” (Widya Gama Press, 2021).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji pada model regresi terdapat hubungan atau korelasi antar variabel bebas (*independen*). Suatu model regresi yang baik idealnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel *independen*. Dalam penelitian ini, indikasi multikolinearitas dapat dikenali melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolinearitas dianggap terjadi apabila:¹⁰⁶

- 1) Nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 , maka menunjukkan tidak adanya multikolinieritas.
- 2) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 , maka menunjukkan adanya multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dari residual (*error*) dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode *Scatterplot*, pendekatan ini bersifat visual, dengan cara memetakan hubungan antara nilai prediksi dan residual. Metode tersebut dibuat dengan menempatkan nilai prediksi (*ZPRED*) pada sumbu horizontal (X)

¹⁰⁶ Sugiyono, "Quantitative, Qualitative, and R&D Research Methods."

dan residual yang telah distandardisasi (*SRESID*) pada sumbu vertikal (Y). Dasar pengambilan keputusan dalam metode *Scatterplot*, sebagai berikut:¹⁰⁷

- a. Titik-titik data menyebar di atas, di bawah, maupun di sekitar garis nol.
- b. Titik-titik data tidak hanya terpusat pada satu sisi saja, baik di atas maupun di bawah garis nol.
- c. Pola sebaran titik tidak menunjukkan bentuk bergelombang yang mengalami pelebaran dan penyempitan.
- d. Distribusi titik bersifat acak serta tidak membentuk pola tertentu atau kecenderungan arah tertentu.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi atau hubungan antar data dalam suatu sampel yang disusun berdasarkan urutan waktu (*time series*). Di mana, residual periode (t) tidak boleh berkorelasi dengan periode sebelumnya.¹⁰⁸ Dalam penelitian ini, pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode *Durbin-Watson* (DW test). metode *Durbin-Watson* memiliki kriteria, sebagai berikut:¹⁰⁹

¹⁰⁷ Ahmad Ahmad, dkk, *Buku Ajar Metode Penelitian & Penulisan Hukum* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

¹⁰⁸ Mahfudhotin and Kiky Novita Sari, "Panel Data Regression Analysis Utilizing CEM and FEM Methods in Relation to the Profitability of Sharia Commercial Banks (2015 – 2024)," *Journal Focus Action of Research Mathematic (Factor M)* 8, no. 2 (December 14, 2025): 242–61, https://doi.org/10.30762/f_m.v8i2.5633.

¹⁰⁹ Sugiyono. Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D," (*Alfabeta, Bandung*, 2016).

Tabel 3.4: Kriteria Durbin-Watson

Nilai <i>Durbin-Watson</i>	Keterangan
$0 < DW < dL$	Terjadi autokorelasi positif
$4 - dL < DW < 4$	Terjadi autokorelasi negatif
$dU < DW < 2$ atau $2 < DW < 4 < dU$	Tidak terdapat autokorelasi (positif maupun negatif)
$dL \leq DW \leq dU$ atau $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$	Hasil pengujian tidak pasti
$dU < DW < 4 - dU$	Tidak terjadi autokorelasi

Keterangan:

d = nilai *Durbin Watson*

dL = batas bawah *Durbin Watson*

dU = batas atas *Durbin Watson*

e. Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi pearson adalah metode statistik yang digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel *influencer* (X_1) dan *online customer review* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).¹¹⁰ Berikut merupakan interpretasi nilai koefisien korelasi (r) yang digunakan untuk mengukur tingkat kuat atau lemahnya hubungan antar variabel:

Tabel 3.5: Interpretasi Nilai Korelasi (r)

Nilai r	Interpretasi
0,80 – 0,999	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Lemah
0,00 – 0,199	Sangat Lemah

¹¹⁰ Sugiyono, "Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D." Bandung: Cv. Alfabeta, 2019.

f. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dalam bentuk hubungan linier. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah metode kuadrat terkecil (*least squares*) sebagai dasar model untuk menjelaskan hubungan antar variabel.¹¹¹.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

X_1 = Variabel bebas 1 (*Influencer*)

X_2 = Variabel bebas 2 (*Online Customer Review*)

a = Konstanta

b_1 dan b_2 = Koefisien regresi berganda

e = Variabel eror/variabel kesalahan yang berdistribusi normal baku

g. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak. Selain itu, pengujian ini juga bertujuan untuk membandingkan nilai yang diperoleh dari sampel yang berasal dari data penelitian dengan nilai hipotesis pada data

¹¹¹ Lailatus Sa'adah, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah, 2021).

populasi.¹¹² Sehingga melalui uji hipotesis, peneliti dapat menarik kesimpulan secara objektif mengenai ada atau tidaknya pengaruh antara variabel yang diteliti.

1) Uji T (Parsial)

Uji T dilaksanakan untuk menentukan apakah variabel bebas memiliki pengaruh parsial terhadap variabel terikat. Tujuan dari langkah ini adalah untuk mengevaluasi apakah ada pengaruh antara kedua variabel, dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} atau dengan memperhatikan dari nilai signifikansinya¹¹³. Dalam penelitian ini, nilai signifikansinya sebesar 0,05 atau 5%. Rumus hipotesis yang digunakan dalam uji t yaitu *degree of freedom* (df) = $n - k - 1$, (n) jumlah sampel dan (k) jumlah variabel dependen, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Variabel *influencer* (X_1) mempengaruhi variabel keputusan pembelian jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima (signifikan).
- b) Variabel *online customer review* (X_2) tidak berpengaruh pada variabel keputusan pembelian jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan).

¹¹² Nasution and Junaidi, *Metode Penelitian.*, Serasi Media Teknologi, 2024.

¹¹³ A Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Prenada Media, 2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Prenada Media, 2016).

2) Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menilai apakah variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Apabila variabel independen memberikan pengaruh yang berarti secara simultan terhadap variabel dependen, maka model regresi dianggap cocok atau sesuai. Sebaliknya, jika tidak ada pengaruh yang berarti secara simultan, maka model tersebut dikatakan tidak sesuai¹¹⁴. Nilai signifikan yang diterapkan adalah 0,05 atau 5% dan rumus yang digunakan adalah *degree of freedom (df) = n-k*. Uji F dilakukan dengan ketentuan:

- a) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau nilai sig. $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau nilai sig. $F > 0,05 = H_0$ diterima dan H_a ditolak

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berguna untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dan perubahan yang ditimbulkannya. Kisaran nilai R^2 adalah 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Apabila nilai (R^2) mendekati 1, artinya variabel independen (X) memiliki akurasi yang tinggi dan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y), sehingga garis regresi menjadi semakin tepat dalam

¹¹⁴ Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*.

memprediksi nilai Y ¹¹⁵. Rumus yang dapat dipakai untuk menghitung koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = nilai koefisien determinan

r = nilai koefisien korelasi

¹¹⁵ Juriko Abdussamad, dkk, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mixed Methode: Buku Referensi" (PT. Media Penerbit Indonesia, 2024).