

BAB III METODE PENELITIAN

A. METODE PENELITIAN

1. Lokasi , Objek Dan Subyek Penelitian

a. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian adalah Toko Luwes Lojiwetan Di Surakarta.

b. Obyek penelitian

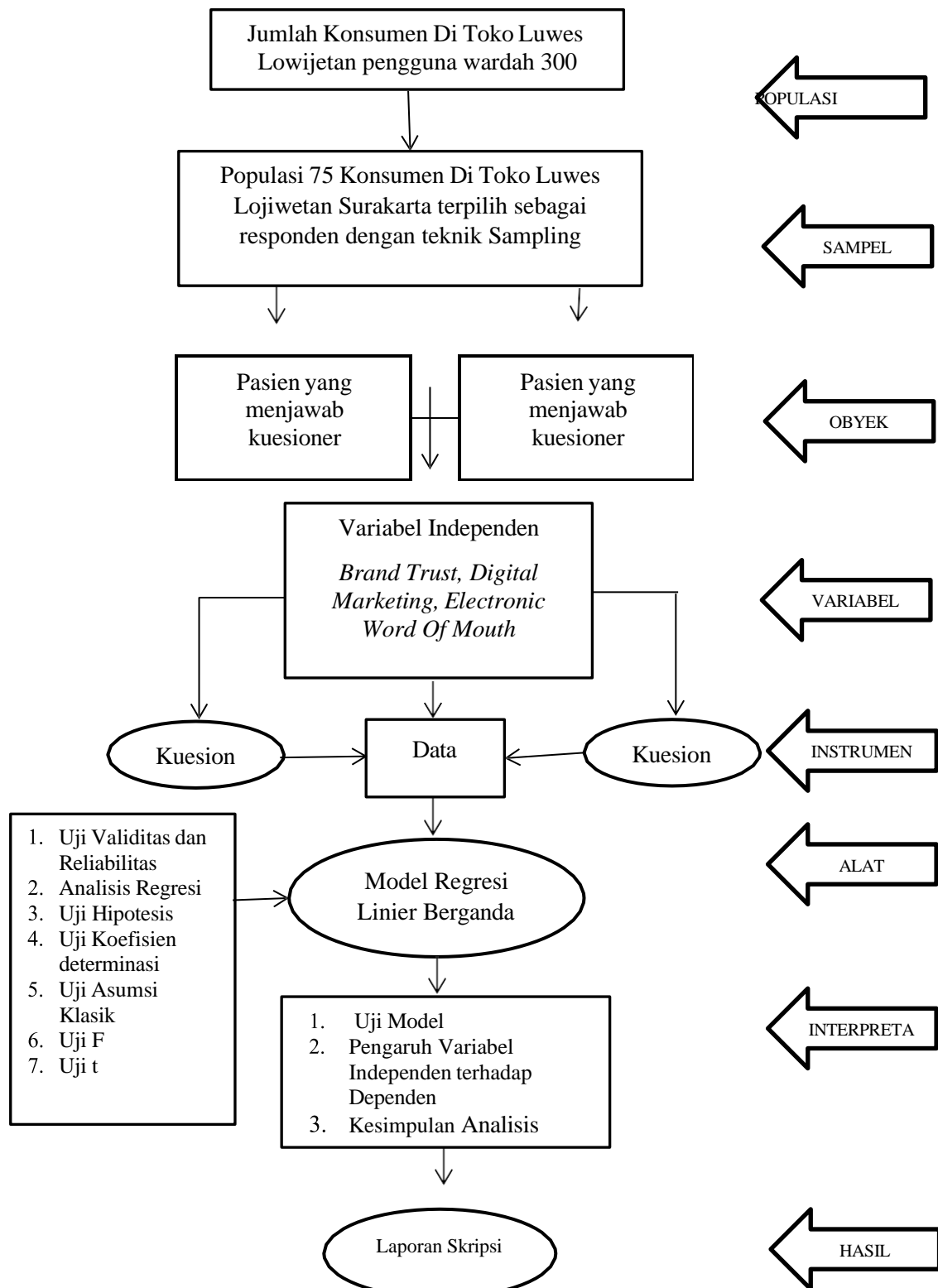
Obyek penelitian adalah Toko Luwes Lojiwetan Surakarta.

c. Subyek penelitian

Subyek penelitian adalah Konsumen Toko Luwes Lojiwetan Surakarta.

2. Desain penelitian

Berdasarkan teori positivis, metode penelitian kuantitatif digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu. Instrumen penelitian digunakan untuk pengumpulan data, teknik pengambilan sampel sering diterapkan secara acak, dan analisis data kuantitatif atau statistik dilakukan untuk mengevaluasi hipotesis yang terbentuk sebelumnya menurut pendapat (Sugiyono, 2022). Penulis dapat mengumpulkan data yang lebih valid dan sesuai dengan situasi lapangan dengan menggunakan metodologi penelitian. Teknik penelitian membentuk dasar untuk merumuskan prinsip-prinsip yang luas dan memberikan pendekatan metodis untuk memahami topik dan objek penelitian. Sementara itu, penelitian ini menggunakan skala *Likert*, yang memiliki level 1 hingga 5, sebagai alat pengukuran untuk mengukur persepsi peserta tentang fenomena sosial. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Pada penelitian ini minimal terdapat beberapa variabel yang dihubungkan.



3. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Penelitian

Menurut pendapat (Sugiyono, 2022:38) menyatakan bahwa Variabel penelitian didefinisikan sebagai segala sesuatu yang peneliti putuskan untuk diperiksa dalam rangka mengumpulkan data yang kemudian diperiksa untuk menarik kesimpulan. Dua Kategori yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

i. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Menurut pendapat (Sugiyono, 2022:39) menyatakan bahwa Variabel dependen yang juga dikenal sebagai variable terikat didefinisikan sebagai variable yang dipengaruhi atau timbul dari keberadaan variable independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y)

ii. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Menurut pendapat (Sugiyono 2022:39) menyatakan bahwa Variabel dependen yang juga dikenal sebagai variable yang dipengaruhi atau timbul dari keberadaan variable independen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Brand Trust (X1), Digital Marketing (X2), dan Electronic Word Of Mouth (X3).

b. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Tabel Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala	Sumber
1	Keputusan Pembelian (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya kemantapan produk - Kencenderungan penggunaan ulang - Kesiediaan merekomendasikan produk - Adanya pembelian ulang - Daya tarik produk - Perbandingan produk 	Likert	Angket
2	Brand Trust (X1)	<ul style="list-style-type: none"> - Kesadaran Merek - Persepsi Kualitas - Kenyamanan Penggunaan - Keinginan Merekomendasikan - Loyalitas Pembelian - Pemahaman Kualitas 	Likert	Angket
3	Digital Marketing (X2)	<ul style="list-style-type: none"> - Aksesibilitas Digital - Interaktivitas dalam Komunikasi - Informatif dalam Iklan Online - Kredibilitas dan Objektivitas Informasi - Transparansi dan Kejujuran dalam Iklan - Kejelasan dan Keterpercayaan Informasi Produk 	Likert	Angket
4	Electronic Word of Mouth (X3)	<ul style="list-style-type: none"> - Akses Informasi Produk - Penerimaan Ulasan - Pemahaman Manfaat - Kebiasaan Menggunakan Produk - Persepsi Kualitas Produk - Kesadaran dan Ingatan terhadap Merek 	Likert	Angket

4. Populasi Dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah karakteristik yang dimiliki populasi yang disebut sampel, dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampel tertentu.

a. Populasi

Menurut pendapat (2020 : 126) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut pendapat (Sugiyono, 2022:80) menyatakan bahwa Populasi sebagai sekelompok item atau orang dengan atribut dan sifat tertentu yang telah dipilih peneliti untuk diperiksa dan disusun. Tahap awal dalam menentukan sampel penelitian untuk peneliti ini adalah mengidentifikasi populasi. Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai Pegawai, jadi Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Luwes Lojiwetan Surakarta, bulan Desember 2024 sampai dengan Januari 2025 yang berjumlah 300 konsumen pada tahun 2025.

b. Sampel dan Teknik Sampling

Suatu peneliti terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh.

i. Sampel

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2020:127) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat

mewakili populasi pada penelitian. Sampel dilakukan karena penelitian memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka penelitian harus mengambil sampel yang benar-benar representative (dapat mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus *Slovin* yang dikemukakan oleh sugiyono (2020:137) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut.

Menurut pendapat (Sugiyono,2022:81) menyatakan bahwa Ukuran dan Karakteristik Sampel adalah Komponen Populasi. Agar hasil yang diambil dari sampel secara akurat mencerminkan populasi penuh, itu juga harus menjadi bagian yang representative dari populasi menurut pendapat (Paulinus, 2021). Sampel penelitian adalah sebagian dari seluruh populasi. Untuk memastikan bahwa kuesioner didistribusikan dengan cara yang jelas dan dapat dimengerti, sampel penelitian harus ditentukan. Pendekatan sampling diperlukan untuk melakukan sampel, dan *non probability* sampling dengan *purposive sampling* adalah metode yang digunakan. *Non probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan. Ukuran sampel dihitung oleh peneliti dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai alat ukur untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian.

Rumus *Slovin* Dimana :

n = Ukuran

Sampel (Jumlah

Sampel) $N =$
Jumlah Populasi

$E =$ Batas kesalahan maksimal yang
ditolerir sampel alias tingkat
signifikansi adalah 0,1 (10%)

Populasi yang teridentifikasi pada penelitian ini adalah jumlah konsumen di luwes lojiwetan surakarta yang melakukan menjawab pertanyaan kuesioner melalui kusioner dengan jumlah 300 konsumen dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut:

Contoh : Populasi responden adalah seluruh konsumen diluwes lojiwetan surakarta berjumlah 300 konsumen, maka sampel yang kita ambil sebagai penelitian jika menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90 %, dan tingkat eror 10 % adalah :

$$N = \text{Jumlah konsumen tahun 2024/2025}$$

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{300}{4}$$

$$n = 75$$

Jadi diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 konsumen, Dalam perhitungan sampel tersebut, dengan tingkat kesalahan 10 %.

5. Metode Pengumpulan Data

a. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti,. Teknik pengumpulan data yang sudah ada didalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Data dalam penelitian diterapkan melalui penyebaran kuensioner.

Menurut pendapat (Sugiyono, 2020:296), menyatakan bahwa Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut. Teknik Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalm penelitian ini adalah sebagai berikut :

i. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian di lapangan adalah penelitian yang dimaksud untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui :

ii. Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Menurut pendapat (sugiyono 2020:203) menyatakan bahwa observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti. Peneliti melakukan observasi langsung Konsumen di luwes Lojiwetan Surakarta

iii. Wawancara (*interview*)

Menurut pendapat (sugiyono, 2020:195) menyatakan bahwa Teknik pengumpulan data dengan cara Tanya jawab dengan pemimpin atau pihak berwenang atau pihak lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan Tanya jawab konsumen di Luwes Lojiwetan Surakarta.

iv. Penyebaran angket (*Kuesioner*)

Menurut pendapat (sugiyono, 2020:199) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Penyebaran Kuesioner dapat melalui secara tertulis atau digital dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden atau melalui *Google Form* yang disertai dengan alternative jawaban yang telah disediakan.

v. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Penelitaian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan factor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature*, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan konsumen di Luwes Lojiwetan Surakarta yang berkaitan dengan objek penelitian.

Menurut Pendapat (Sugiyono, 2022) menjelaskan bahwa kuensioner ialah teknik untuk mengumpulkan data yang diterapkan dengan menjawab serangkaian pertanyaan ataupun pernyataan tertulis. Kuesioner bisa berbentuk pernyataan ataupun pertanyaan terbuka dan tertutup. Peneliti menerapkan kuesioner pertanyaan terbuka yang diberikan untuk konsumen di luwes lojiwetan di Surakarta . Teknik yang digunakan oleh peneliti yakni melalui penyebaran kuesioner secara terbuka.

Menurut pendapat (Sugiyono, 2022:142) menyatakan bahwa Kuesioner adalah Teknik Pengumpulan Data dimana respon diberikan pernyataan atau pertanyaan untuk ditanggapi. Kuesioner digunakan dalam penelitian ini untuk mempermudah pengolahan data. Pernyataan dalam kuesioner penelitian ini divalidasi dan disetujui oleh Pimpinan dan Konsumen Di Luwes Lojiwetan Surakarta.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner berisi pernyataan mengenai Keputusan Pelanggan, antara *Brand Trust*, *Digital Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth*. Menurut pendapat (Sugiyono,2022:92) menyatakan bahwa Instrumen penelitian adalah untuk mengevaluasi variable-variable yang diselidiki. Kuantitas variable menentukan berapa banyak instrument adalah perangkat yang digunakan untuk mengukur peristiwa social atau lingkungan yang dapat diamati. Setiap instrument perlu memiliki skala karena tujuannya adalah untuk mengumpulkan data kuantitatif yang tepat. Skala likert adalah skala yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Pendapat (Sugiyono,2022:93) menyataka bahwa skala likert digunakan untuk mengukur pandangan, sikap, dan persepsi masyarakat terhadap fenomena social. Pengukuran terhadap variabel dengan menggunakan skala likert untuk keperluan analisis. Skala ini digunakan untuk mengukur respons subyek ke dalam 5 (lima) poin skala dengan interval yang sama, dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel III.1 Skala Pengukuran Instrumen Angket menurut pendapat

(Sugiyono, 2022)

No.	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

6. Metode Analisis Data

Menurut pendapat (Sugiyono, 2022:147) menyatakan

bahwa analisis data selesai setelah semua informasi dari responden sumber lain telah dikumpulkan dengan cermat. Prosedur analisis ini mencakup langkah-langkah seperti pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel semua responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang dianalisis, menggunakan perhitungan untuk menjawab pertanyaan penelitian, dan menguji hipotesis. Tahap pengujian hipotesis ini tidak diperlukan dalam penelitian yang tidak menggunakan hipotesis. SPSS Version 26 adalah perangkat lunak pengolahan data yang digunakan dalam prosedur analisis data penelitian ini.

a. Uji Instrumen

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian. Menurut pendapat (Sugiyono, 2020:156) menyatakan bahwa instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji instrument penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pertanyaan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda *interpretasi* dalam

pemahaman pernyataan.

b. Uji Validitas

Menurut pendapat Sugiyono (2022:267), menyatakan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti, dengan demikian data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Tujuannya adalah untuk menilai kevalidan masing-masing butir pernyataan yang dapat dilihat dari *Corrected item – Total Correlation* masing-masing butir pernyataan. Jika memiliki korelasi lebih besar > 0.5 maka dinyatakan valid tetapi jika koefisien korelasinya dibawah $< 0,5$ maka dinyatakan tidak valid. Dalam mencari korelasi penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut ;

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

Keterangan :

r_{xy}	= Koefisien korelasi
x	= Skor yang diperoleh tiap item
y	= Skor total instrument
n	= Jumlah responden dalam uji instrument
$\sum x$ X	= Jumlah hasil pengamatan variabel
$\sum y$	= Jumlah hasil
$\sum xy$	= Jumlah dari

hasil kali pengamatan

variabel X dan variable Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y dasar

mengambil keputusan

Dasar mengambil keputusan :

i. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

ii. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

c. Uji *Reliabilitas*

Menurut Sugiyono (2022:368) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Maka apabila dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Untuk uji reliabilitas digunakan metode alpha, menggunakan dengan perangkat lunak statistic SPSS 25.0, hasilnya dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Hasil penelitian reliabel terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel ialah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Metode yang digunakan adalah *alpha*, dimana *instrument* sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrument

k = Jumlah butir pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

$$\sigma_t^2 = \text{Varian total}$$

Dalam menguji *reliabilitas*, terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Bila nilai koefisiensi reliabilitas yaitu *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, artinya strumen tersebut dikatakan *reliabel*
- b) Bila nilai koefisiensi reliabilitas yaitu *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, artinya instrumen tersebut dikatakan tidak *reliabel*
- d. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengukur apakah terdapat penyimpangan data atau tidak dalam indikator- indikator variabel. Dalam uji asumsi klasik yang diterapkan ada empat yaitu, uji normalitas, uji *multikolinearitas*, uji *heteroskedastisitas* dan uji *linearitas*.

i. Uji normalitas

Menurut pendapat (Sugiyono, 2022:172) menyatakan bahwa uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diteliti terdistribusi secara normal atau tidak. Metode yang dipakai untuk uji normalitas pada riset ini adalah analisis statistik dengan memakai *Kolmogorov- Smirnov* dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Dasar penilaian uji normalitas adalah sebagai berikut:

- 1. Jika nilai signifikansi (p-value) lebih besar dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal.
- 2. Jika nilai signifikansi (p-value) lebih kecil atau sama dengan 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi

ii. Uji *Multikolinieritas*

Menurut Ghazali (2021:157) uji *multikolinearitas* digunakan untuk menguji adanya hubungan yang tinggi antara variabel bebas dalam sebuah

analisis. Untuk mendeteksi *multikolinearitas*, dapat digunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk mengetahui sejauh mana variabel dependen saling berkorelasi dalam model regresi. Model regenerasi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantar variabel bebas (independen). Kriteria untuk menentukan multikolinearitas adalah jika nilai tolerance $> 0,1$ dan *varian inflation faktor* (VIF) < 10 , maka terdapat multikolinearitas (Ghozali, 2005:91).

iii. Uji *Heteroskedastisitas*

Menurut pendapat (Ghozali, 2022:178) menyatakan bahwa digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan antara variance dari residual pada model. Model regresi yang baik jika tidak terjadi *heteroskedastisitas* atau *homoskedastisitas*. Kebanyakan data *cross section* mengandung *heteroskedastisitas* karena terdapat data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar) . Untuk mengetahui adanya *heteroskedastisitas*, dapat dilihat melalui *grafik scatterplot* pada SPSS 25. Model yang bebas dari heteroskedastisitas akan memiliki pola titik-titik yang tersebar merata di atas dan di bawah sumbu Y atau tidak ada pola tertentu pada grafik scatterplot.

Hipotesis :

H_0 : Terdapat *heteroskedastisitas*.

H_a : Tidak terdapat *heteroskedastisitas*.

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika $C_2 \text{ hitung} < C_2 \text{ tabel}$ maka tidak terdapat *heteroskedastisitas*, artinya tolak H_0 .
2. Jika $C_2 \text{ hitung} > C_2 \text{ tabel}$ maka terdapat *heteroskedastisitas*, artinya tidak tolak H_0 .

iv. Uji *Autokorelasi*

Q Uji *autokorelasi* bertujuan menguji adanya hubungan antara faktor gangguan yang masuk dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari *autokorelasi*. Patokan adanya *autokorelasi* merupakan

angka D-W (Durbin-Watson) dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif dan bila angka D-W diantara -2 sampai dengan +2 berarti autokorelasi negatif atau tidak terdapat *autokorelasi* menurut pendapat (Santoso & Ashari, 2005:219).

e. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) secara bersamaan. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *Brand Trust* (X1), *Digital Marketing* (X2), *Electronic Word Of Mouth* (X3) sedangkan variabel dependen adalah Kinerja Pegawai (Y).

Rumus yang dikemukakan sebagai berikut :

$$Y = \alpha - \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= <i>Turnover Intention</i>
A	= Konstanta
β_1	= Koefisien regresi <i>Brand Trust</i>
β_2	= Koefisien regresi <i>Digital Marketing</i>
β_3	= Koefisien regresi <i>Electronic Word Of Mouth</i>
X1	= <i>Brand Trust</i>
X2	= <i>Digital Marketing</i>
X3	= <i>Electronic Word Of Mouth</i>
e	= <i>Error term</i>

f. Uji t

Menurut pendapat (Ghozali ,2018:179) menyatakan bahwa uji parsial (t test) digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji parsial dalam data penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dengan tingkat signifikansi 5% maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- i. Bila nilai signifikan $< 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- ii. Bila nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. menurut pendapat (Sugiyono, 2013:211).
- g. Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen menurut pendapat (Ghozali, 2005:84). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu Brand Trust, Digital *Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian

Ha : Variabel-variabel bebas *Brand Trust*, *Digital Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian. Dasar pengambilan keputusannya menurut pendapat (Ghozali, 2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

- i. Probabilitas signifikansi > 0.05 , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- ii. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka Ho ditolak dan Ha diterima).

h. Uji *Koefisiensi Determinasi* (R^2)
Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel dependen) dari sebuah persamaan regresi. Nilai koefisien determinasi ini mencerminkan seberapa besar variabel dari

variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 maka variasi dari variabel dependent tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 1 maka semua variasi variabel dependen dapat dijelaskan secara sempurna oleh variabel independen. Menurut pendapat (Sugiyono; 2013:250).

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

Keterangan :

x = Skor pertanyaan

y = Skor total