

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.0 Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir yang menjadi dasar pandangan penelitian dalam memandang suatu fenomena. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, yaitu paradigma yang menganggap realitas sosial dapat dipahami secara objektif yang dibuktikan melalui data kuantitatif dan hasil penelitian di anggap mutlak. Dengan paradigma ini, peneliti berusaha mencari hubungan yang nyata dan terukur antara kedua variabel berdasarkan hasil pengisian kuesioner responden.

Paradigma ini membantu peneliti dalam :

1. Melihat hubungan antar variabel secara ilmiah melalui data dan angka.
2. Menghasilkan kesimpulan yang dapat diuji dan dibandingkan pada penelitian berikutnya.

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatif. Menurut Sugiyono (2024) metode kuantitatif juga diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi maupun sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif yang berhubungan dengan angka-angka dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Bersifat eksplanatif dikarenakan peneliti bertujuan untuk menjelaskan apakah terdapat pengaruh variabel independen yaitu kredibilitas terhadap variabel dependen yaitu minat beli pada subscriber David Gadgetin terhadap produk iPhone 16. Menurut Kuncoro dan Sudarman (2018) penelitian eksplanatif digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel, menguji pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, dan membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan secara teoritis, pada penelitian bersifat eksplanatif tidak hanya

menjawab “apa yang terjadi”, namun lebih memfokuskan pada “mengapa dan bagaimana suatu variabel memengaruhi variabel lainnya”.

### **3.2 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survei dengan menyebarkan instrument kuesioner (angket). Survei digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari responden yang sudah di pilih melalui instrument kuesioner yang telah disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variable dalam penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2024). Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai subscriber aktif Youtube David Gadgetin dalam memperoleh data yang akurat dan relevan. Dengan bagitu, peneliti dapat memperoleh data yang menggambarkan hubungan antara kredibilias David Gadgetin (variabel x) terhadap minat beli subscriber (variabel y) untuk di analisis secara statistik.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2024) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sugiyono menegaskan bahwa dalam menentukan populasi, peneliti harus memerhatikan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh individu yang diteliti. Karakteristik ini menjadi dasar pembeda antara satu populasi dengan populasi lainnya. Tanpa batasan karakteristik yang jelas, populasi akan menjadi teralalu luas sehingga sulit dijangkau dan kurang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam pendekatan kuantitatif, populasi berfungsi sebagai sumber data utama yang menjadi acuan dalam pengambilan sampel. Populasi yang terdefinisi dengan baik akan memudahkan peneliti dalam menentukan ukuran sampel dan teknik pengambilan data, sehingga hasil penelitian valid dan representatif.

Populasi dalam penelitian ini yaitu subscriber channel Youtube David Gadgetin yang berjumlah 13juta orang.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (2020) sampel adalah sub kelompok dari populasi yang di pilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Karakteristik sampel yang disebut dengan statistik yang kemudian digunakan dalam membuat kesimpulan terhadap parameter populasi. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Purposive Sampling yaitu Teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Teknik ini di pilih oleh peneliti karena dalam penelitian ini secara khusus membutuhkan responden yang memiliki pengetahuan dan kontak langsung dengan konten David Gadgetin, agar sampel yang di dapatkan relevan dan efisien.

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti telah menentukan 2 (dua) kriteria yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian, yaitu:

1. Responden merupakan subscriber kanal Youtube David Gadgetin.
2. Telah menonton konten review iPhone 16 yang di unggah oleh David Gadgetin pada tanggal 28 Febuari 2025

Tabel 3. 1 Tabel Jumlah Minimum Sampel Malhotra

Type of study	Minimum size	Typical range
Problem identification	500	1,000–2,500 research (e.g. market potential)
Problem-solving research	200	300–500 (e.g. pricing)
Product tests	200	300–500
Test marketing studies	200	300–500
TV, radio, print or online advertising	150	200–300 (per advertisement tested)
Test-market audits	10 stores	10–20 stores
Focus groups	6 groups	6–12 groups

Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Malhotra Test marketing studies dengan populasi 13juta. Berdasarkan acuan tersebut dengan *Test marketing studies*, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sesuai dengan acuan tabel 3.1 dan dianggap cukup untuk mewakili seluruh populasi.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Merupakan penjabaran dari setiap variabel serta definisi operasionalnya secara ringkas dan indikator-indikator dari variabel-variabel penelitian yang digunakan.

Berikut adalah operasional variabel X (Kredibilitas) :

*Tabel 3. 2 Operasional Variabel X*

<b>VARIABEL X : KREDIBILITAS DAVID</b> (Perloff, 2017, p.160-163)			
<b>DIMENSI</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>KETERANGAN</b>	<b>PERNYATAAN</b>
<i>Expertise</i> (Keahlian)	Pengetahuan atau kemampuan terhadap bidang yang sedang dibahas	David Gadgetin memahami dan menguasai materi yang disampaikan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. David Gadgetin memahami dengan baik topik mengenai spek iPhone 16 yang disampaikan.</li> <li>2. David Gadgetin memahami dengan baik topik mengenai fitur iPhone 16 yang disampaikan.</li> <li>3. David Gadgetin mampu menjelaskan spek iPhone 16 secara mendalam.</li> <li>4. David Gadgetin mampu menjelaskan fitur</li> </ol>

			<p>iPhone 16 secara mendalam.</p> <p>5. David Gadgetin konsisten dalam membuat konten ulasan gadget dalam waktu yang lama sehingga memiliki pemahaman mendalam seputar gadget.</p>
<b><i>Trustworthiness</i></b> (Kepercayaan)	Kejujuran dalam menyampaikan informasi	Tidak lebih-lebihkan dan apa adanya.	<p>1. David Gadgetin menyampaikan informasi fitur iPhone 16 secara jujur tanpa lebih-lebihkan.</p> <p>2. David Gadgetin menyampaikan informasi spek iPhone 16 secara jujur tanpa lebih-lebihkan.</p> <p>3. David Gadgetin menyampaikan kelebihan iPhone 16 secara apa adanya.</p> <p>4. David Gadgetin menyampaikan</p>

			kekurangan iPhone 16 secara apa adanya.
	Reputasi baik dan tidak menipu audiens	Memiliki nama baik di mata penonton.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. David Gadgetin memiliki citra positif sebagai reviewer teknologi.</li> <li>2. David Gadgetin dikenal sebagai reviewer teknologi yang dapat diandalkan.</li> </ol>
	Sikap terbuka dan transparan	Transparan terhadap kritik dan masukan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. David Gadgetin terbuka terhadap kritik dari audiensnya.</li> <li>2. David Gadgetin terbuka terhadap masukan dari audiensnya.</li> </ol>
<b>Goodwill</b> (Niat Baik)	Rasa peduli terhadap kebutuhan audiens	Memahami kebutuhan audiens.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. David Gadgetin berusaha menyampaikan seluruh informasi mengenai iPhone 16 yang sesuai dengan kebutuhan audiensnya.</li> <li>2. David Gadgetin memberikan saran</li> </ol>

			kepada audiensnya ketika hendak membeli iPhone 16.
	Berusaha memahami kondisi audiens	Mampu melihat dari perspektif audiens	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. David Gadgetin berusaha memahami kondisi audiensnya dengan membandingkan spek iPhone 16 dengan iPhone generasi sebelumnya.</li> <li>2. David Gadgetin berusaha memahami kondisi audiensnya dengan membandingkan fitur iPhone 16 dengan iPhone generasi sebelumnya.</li> <li>3. David Gadgetin memahami kondisi audiensnya dengan membandingkan iPhone 16 dengan produk gadget lain yang sejenis.</li> </ol>

	Bersikap empatik terhadap permasalahan audiensnya	Tidak manipulatif dan tulus	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. David Gadgetin menyampaikan pesan tanpa kesan ingin memanfaatkan audiens.</li> <li>2. David Gadgetin memahami keterbatasan audiensnya melalui penyesuaian cara penyampaian pesan.</li> </ol>
--	---	-----------------------------	--





Berikut adalah operasional variabel Y (Minat Beli) :

*Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y*

<b>Variabel Y : Minat Beli</b>			
(Ferdinand, 2018, p. 186-190)			
<b>DIMENSI</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>KETERANGAN</b>	<b>PERNYATAAN</b>
Minat Eksploratif	Mencari informasi	Mencari informasi yang lebih mendalam tentang produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya mencari informasi mengenai fitur iPhone 16 di Youtube</li> <li>2. Saya mencari informasi mengenai spek iPhone 16 di Youtube.</li> <li>3. Saya menonton review iPhone 16 di Youtube untuk menambah pemahaman saya tentang produk tersebut.</li> <li>4. Saya mencari informasi iPhone 16 melalui Youtube.</li> <li>5. Saya mencari informasi iPhone 16 melalui Twitter / X.</li> </ol>

			<p>6. Saya mencari informasi iPhone 16 melalui Facebook.</p> <p>7. Saya mencari informasi iPhone 16 melalui Instagram</p> <p>8. Saya mencari informasi mengenai toko yang menjual iPhone 16.</p> <p>9. Saya mencari informasi mengenai harga iPhone 16.</p> <p>10. Saya mencari informasi mengenai perbedaan iPhone 16 dengan iPhone generasi sebelumnya.</p>
Minat Preferensial	Pilihan utama	Produk yang menjadi pilihan utama di bandingkan dengan produk lainnya.	<p>1. Saya sudah menginginkan iPhone 16 sejak lama.</p> <p>2. Saya lebih memprioritaskan iPhone</p>

			<p>dibandingkan produk lainnya.</p> <p>3. Saya memprioritaskan iPhone setelah memiliki pengalaman menggunakan iPhone generasi sebelumnya.</p>
Minat Referensial	Rekomendasi	Keinginan seseorang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain.	<p>1. Saya membagikan informasi mengenai iPhone 16 dengan orang terdekat.</p> <p>2. Saya berniat memberikan review jujur pada kolom komentar video ulasan iPhone 16 di youtube</p> <p>3. Saya berniat mengirimkan ulasan jujur tentang iPhone 16 pada e-commerce Tokopedia</p>

			<p>4. Saya berniat mengirimkan ulusan jujur tentang iPhone 16 pada e-commerce Shopee</p>
Minat Transaksional	Keinginan untuk melakukan pembelian	Memiliki niat membeli setelah mendapatkan informasi yang cukup	<p>1. Saya berencana membeli iPhone 16 setelah membandingkan dengan generasi sebelumnya.</p> <p>2. Saya memiliki keinginan untuk membeli iPhone 16 setelah mendapatkan informasi melalui youtube.</p> <p>3. Saya memiliki keinginan untuk membeli iPhone 16 setelah mendapatkan informasi melalui Twitter / X.</p> <p>4. Saya memiliki keinginan untuk membeli iPhone 16 setelah</p>

			<p>mendapatkan informasi melalui Facebook.</p> <p>5. Saya memiliki keinginan untuk membeli iPhone 16 setelah mendapatkan informasi melalui Instagram.</p> <p>6. Saya berniat untuk membeli iPhone 16 setelah mengetahui kelebihanannya.</p>
--	--	--	---

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data akan dilaksanakan dengan menggunakan instrumen angket (kuesioner) yang merupakan teknik pengumpulan data-data numerik atau angka yang diperoleh dengan metode statistik (Sugiyono, 2024).

Menurut Sugiyono (2024) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dipakai untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut dengan variabel penelitian.

Pada penelitian ini kuesioner yang digunakan yaitu angket skala likert. Skala likert mempunyai keragaman skor yang dapat di berikan (*variability of scorer*) , yang menggunakan skala berkisar 1 hingga 5. Hal tersebut memungkinkan responden untuk mengekspresikan tingkat kepuasan pendapat mereka dalam memberikan respon, sehingga peneliti dapat mendapatkan nilai yang valid. Tanggapan responden dinyatakan dalam bentuk hasil yang di dapatkan pada data kuesioner.

Pemberian skor pada jawaban tingkat kepuasan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Bobot Skala Likert

Yang tertulis	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

### 3.6 Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas)

#### 3.1 UJI VALIDITAS

Dalam melakukan suatu penelitian dibutuhkan suatu instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur sesuatu apabila instrument tersebut valid. Pada penelitian ini nilai persyaratan yang menentukan validitas pernyataan didapatkan dengan menggunakan program SPSS (*Satitstic Program for Social Science*) for Windows Ver.27.

Uji validitas dilakukan uji coba pada 30 orang responden. Pada tahap tersebut dilakukan pengujian kuesioner dengan menggunakan uji kesalahan pada butir pertanyaan. Yang berarti  $r$  tabel didapatkan dari  $N = 30$  dengan tingkat kesalahan 5%, maka akan diperoleh  $r$  tabel = 0.3610.

Pengambilan keputusan dari uji kesalahan yaitu sebagai berikut

- Jika  $r$  hasil positif (+),  $r$  hasil  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan tersebut valid.
- Jika  $r$  hasil negatif(-),  $r$  hasil  $<$   $r$  tabel, maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir pertanyaan dengan syarat koefisien antara butir pertanyaan dengan total pertanyaan sama atau di atas 0.3610 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid, namun jika nilai korelasi dibawah 0.3610 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid. Proses uji validitas

yang dilakukan terhadap 30 responden dapat ditunjukkan pada tabel *Corrected Item-Total Correlation* di bawah ini.

**Uji Validitas Variable X (30 responden)**

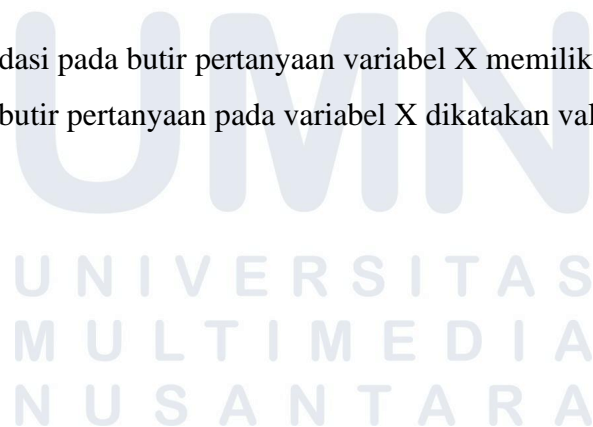
*Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel X*

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	59,2333	121,771	,666	,958
X2	59,2000	121,890	,743	,957
X3	59,2000	122,510	,699	,958
X4	59,2667	120,961	,741	,957
X5	59,0667	122,271	,696	,958
X6	59,2333	121,013	,714	,958
X7	59,1667	124,489	,541	,960
X8	59,1000	117,817	,797	,956
X9	59,0667	117,720	,791	,957
X10	59,1333	121,844	,764	,957
X11	58,9667	115,344	,858	,956
X12	59,1000	119,472	,667	,958
X13	59,0667	118,685	,824	,956
X14	59,3667	120,792	,784	,957
X15	59,3000	120,700	,685	,958
X16	59,2667	121,306	,670	,958
X17	59,3667	119,620	,674	,958
X18	59,3333	123,402	,688	,958

X19	59,0333	118,171	,755	,957
X20	59,2333	119,289	,731	,957

<b>Indikator</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Keterangan</b>
X1	0,666	0.3610	Valid
X2	0,743	0.3610	Valid
X3	0,699	0.3610	Valid
X4	0,741	0.3610	Valid
X5	0,696	0.3610	Valid
X6	0,714	0.3610	Valid
X7	0,541	0.3610	Valid
X8	0,797	0.3610	Valid
X9	0,791	0.3610	Valid
X10	0,764	0.3610	Valid
X11	0,858	0.3610	Valid
X12	0,667	0.3610	Valid
X13	0,824	0.3610	Valid
X14	0,784	0.3610	Valid
X15	0,685	0.3610	Valid
X16	0,670	0.3610	Valid
X17	0,674	0.3610	Valid
X18	0,688	0.3610	Valid
X19	0,755	0.3610	Valid
X20	0,731	0.3610	Valid

Hasil dari uji validasi pada butir pertanyaan variabel X memiliki r hitung > 0.3610 sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel X dikatakan valid.





### Uji Validitas Variable Y (30 responden)

Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Y

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	68,8667	252,464	,787	,968
Y2	69,0000	250,759	,811	,968
Y3	68,9667	255,826	,721	,969
Y4	68,9000	246,990	,852	,968
Y5	69,2667	253,237	,810	,968
Y6	69,3000	265,459	,449	,971
Y7	68,9667	254,240	,824	,968
Y8	69,2000	255,752	,680	,969
Y9	68,9333	251,030	,785	,968
Y10	68,8667	249,223	,777	,968
Y11	69,1333	249,637	,832	,968
Y12	69,0667	252,616	,802	,968
Y13	68,9667	254,861	,722	,969
Y14	68,8000	246,648	,850	,968
Y15	69,1333	247,982	,827	,968
Y16	69,2333	251,840	,691	,969
Y17	69,4333	255,426	,702	,969
Y18	68,9000	252,231	,768	,968

Y19	68,6667	252,989	,755	,969
Y20	69,4333	257,702	,727	,969
Y21	69,5333	258,740	,623	,970
Y22	68,8667	255,085	,806	,968
Y23	68,9667	253,068	,696	,969

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0,787	0.3610	Valid
Y2	0,811	0.3610	Valid
Y3	0,721	0.3610	Valid
Y4	0,852	0.3610	Valid
Y5	0,810	0.3610	Valid
Y6	0,449	0.3610	Valid
Y7	0,824	0.3610	Valid
Y8	0,680	0.3610	Valid
Y9	0,785	0.3610	Valid
Y10	0,777	0.3610	Valid
Y11	0,832	0.3610	Valid
Y12	0,802	0.3610	Valid
Y13	0,722	0.3610	Valid
Y14	0,850	0.3610	Valid
Y15	0,827	0.3610	Valid
Y16	0,691	0.3610	Valid
Y17	0,702	0.3610	Valid
Y18	0,768	0.3610	Valid
Y19	0,755	0.3610	Valid
Y20	0,727	0.3610	Valid
Y21	0,623	0.3610	Valid
Y22	0,806	0.3610	Valid
Y23	0,696	0.3610	Valid

Hasil uji validitas pada butir pertanyaan pada variable Y memiliki r hitung  $> 0.3610$  sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel Y dikatakan valid.

### 3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Reliability Analysis Statistic* dengan *Cronback Alpha (a)*. Berdasarkan standar minimal aturan baku (*rule of thumb*) uji reliabilitas *Cronsbach Alpha*  $< 0.60$

dinyatakan variabel tersebut tidak reliabel, dan sebaliknya jika nilai dari *Cronsbach Alpha* > 0.60, maka dapat dinyatakan bahwa variable tersebut reliabel.

### Uji Reliabilitas Variabel X (30 responden)

Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Variabel X

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,960	20

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat dinyatakan bahwa reliabilitas pada pertanyaan variabel X sebesar 0.960. Maka hasil uji reliabilitas variabel X dinyatakan reliabel.

### Uji Reliabilitas Variabel Y (30 responden)

Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Variabel Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,970	23

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat dinyatakan bahwa reliabilitas pada pertanyaan variabel Y sebesar 0.970. Maka hasil uji reliabilitas variabel Y dinyatakan reliabel.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data ditabulasi dan dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi, sedangkan statistik inferensial adalah statistik yang digunakan untuk mendapatkan kesimpulan dari data sampel terhadap populasi (Sugiyono, 2024).

Teknik analisis statistik deskriptif digunakan peneliti untuk mendapatkan angka rata-rata dari indikator dan dimensi dari kedua variabel, sedangkan analisis statistik inferensial dilakukan dengan uji normalitas, uji regresi linear, uji koefisien korelasi dan determinasi. Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Satitstic Program for Social Science*) for Windows Ver.27.

#### 3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) Uji normalitas bertujuan menguji apakah variabel residual memiliki distribusi normal dalam model regresi. Apabila distribusi normal, maka data dapat digunakan untuk uji regresi linear. Pada penelitian ini, pengujian normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai  $\alpha = 0,05$  sebagai kriteria pengambilan keputusan.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas:

- a. Jika  $p\text{-value} > 0,05$  maka data memenuhi asumsi normalitas dan terdistribusi normal.
- b. Jika  $p\text{-value} < 0,05$  maka data tidak memenuhi asumsi normalitas dan tidak terdistribusi normal.

### 3.7.2 Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel yaitu kredibilitas (X) dan variabel minat beli (Y). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji korelasi *Product Moment*, dikarenakan kedua variable berkala interval.

Interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2024) :

*Tabel 3. 9 Koefisien Korelasi Parson Product Momment*

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,0 - 0,19	Sangat Rendah
0,2 – 0,39	Rendah
0,4 – 0,59	Sedang
0,6 – 0,79	Kuat
0,8 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2024)

### 3.7.3 Uji Regresi Linear

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Metode ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu memberikan pengaruh pada variabel dependen.

Dalam penelitian ini, metode tersebut digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel kredibilitas (X) dalam mempengaruhi minat beli (Y).

Persamaan regresi linear sederhana :

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli (Variabel Dependen)

X = Kredibilitas (Variabel Independen)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

e = Residual (Error Term)

#### **3.7.4 Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana suatu model mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien berada pada rentang 0 hingga 1, jika nilai yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Penambahan variabel independen umumnya akan meningkatkan nilai koefisien determinasi, meskipun variabel tersebut belum tentu memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

