

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Pada penelitian ini yang menjadi objek adalah *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *online customer review*. Sementara itu, subjek dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yakni seluruh data yang sudah terkumpul akan diklasifikasikan ke dalam data kuantitatif yang dinyatakan dengan angka. Adapun data tersebut diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner melalui media sosial kepada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.

##### **3.2.1. Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2019:38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

##### **1. Variabel Bebas**

Menurut Sugiyono (2019:39) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

variabel terikat. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel bebasnya yaitu *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas layanan, dan *online customer review*.

## 2. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2019:39) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspekstasi mereka.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Ketersediaan merekomendasikan  <b>(Tjiptono, dalam Indrasari 2019:92)</b>	Ordinal
<i>Live Streaming</i> Shopee (X <sub>1</sub> )	Live streaming sering disebut sebagai tayangan langsung melalui sebuah jaringan yang disiarkan pada banyak orang dalam waktu bersamaan dengan kejadian seperti aslinya.	1. Interaksi ( <i>Interaction</i> ) 2. Waktu nyata ( <i>Real time</i> ) 3. Alat promosi  <b>(Fitriyani et al, 2021)</b>	Ordinal
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar atau mendapatkan perhatian,	1. Variasi produk 2. Daya tahan produk 3. Kualitas produk	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)
	dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.	4. Penampilan kemasan produk (estetika) 5. Kualitas produk terbaik dibandingkan merek lain  <b>(Gito Sudarma, 2014:120)</b>	
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar atau mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.	1. Variasi produk 2. Daya tahan produk 3. Kualitas produk 4. Penampilan kemasan produk (estetika) 5. Kualitas produk terbaik dibandingkan merek lain  <b>(Gito Sudarma, 2014:120)</b>	Ordinal
Kualitas Layanan (X <sub>3</sub> )	Pelayanan merupakan suatu tindakan atau langkah yang dapat ditawarkan kepada satu pihak kepihak yang lain, dasarnya tidak berwujud fisik atau <i>intangible</i> dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, mungkin produk jasa dapat berkaitan atau tidak dengan produk fisik.	1. Bukti fisik ( <i>Tangible</i> ) 2. Keandalan ( <i>Reliability</i> ) 3. Daya tanggap ( <i>Responsibility</i> ) 4. Jaminan ( <i>Assurance</i> ) 5. Empati ( <i>Empathy</i> )  <b>(Tjiptono, 2019:77)</b>	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Online Customer Review (X<sub>4</sub>)</i>	<i>Online customer review</i> merupakan strategi konsumen untuk menggapai informasi terkait produk sebagai dalih pembeliannya dan menggunakannya sebagai panduan di <i>platform</i> belanja.	1. Daya Tarik ( <i>Attractiviness</i> ) 2. Kepercayaan ( <i>Trustworthiness</i> ) 3. Keahlian ( <i>Expertise</i> )	Ordinal
		<b>(Ananda &amp; Wandebori, 2016:266)</b>	

### 3.2.2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:224) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

#### 3.2.2.1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber atau objek penelitian tanpa melalui perantara di lapangan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* (*google form*) melalui media sosial kepada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.

#### 3.2.2.2. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:215) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah penduduk Kota Tasikmalaya 2021. Jumlah anggota populasinya yaitu 723.920.

### 3.2.2.3. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:215) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

*Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penduduk Kota Tasikmalaya yang menggunakan aplikasi Shopee di *Smartphonenya*.
2. Penduduk Kota Tasikmalaya yang telah berbelanja melalui *e-commerce* Shopee.
3. Konsumen dengan usia 17 tahun sampai 50 tahun.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan pendekatan rumus Slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{723.920}{1 + 723.920 (0,1)^2}$$

$$n = 99,98 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = *error term* (10%)

Berdasarkan perhitungan tersebut, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Sampel tersebut diambil perwakilan respondennya dari setiap Kecamatan di Kota Tasikmalaya. Adapun perhitungannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_1 = \frac{N_1}{N} \times n$$

Keterangan:

$n_1$  = Sampel per Kecamatan

$N_1$  = Jumlah Penduduk per Kecamatan

$N$  = Jumlah Penduduk Kota

$n$  = Jumlah Sampel

Berdasarkan perhitungan tersebut menghasilkan jumlah sampel pada setiap Kecamatannya dan Kelurahan yaitu:

**Tabel 3.2 Jumlah Sampel pada setiap Kecamatan dan Kelurahan**

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Jumlah Sampel	Kelurahan	Jumlah Sampel
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Kawalu	97.590	$\frac{97.590}{723.920} \times 100$ = <b>13</b>	Cibeuti Cilamajang Gunung gede Karanganyar Kersamenak Leuwiliang Talaga sari Tanjung Urug	2 1 1 1 3 1 1 1 1
2.	Tamansari	78.250	$\frac{78.250}{723.920} \times 100$ = <b>11</b>	Setiamulya Setiawargi Tamansari Tamanjaya Mulyasari Sukahurip Mugarsari Sumelap	1 2 1 2 2 1 1 1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3.	Cibeureum	69.060	$\frac{69.060}{723.920} \times 100$ = <b>10</b>	Ciherang Ciakar Margabakti Awipari Kota baru Kersanagara Setiajaya Setiaratu Setianagara	1 1 1 1 2 1 1 1 1
4.	Purbaratu	44.850	$\frac{44.850}{723.920} \times 100$ = <b>6</b>	Sukanagara Sukamenak Purbaratu Sukaasih Sukajaya Singkup	1 1 1 1 1 1
5.	Tawang	60.810	$\frac{60.810}{723.920} \times 100$ = <b>8</b>	Kahuripan Cikalang Empangsari Tawang Sari Lengkongsari	2 2 1 1 2
6.	Cihideung	72.730	$\frac{72.730}{723.920} \times 100$ = <b>10</b>	Tugujaya Tuguraja Nagarawangi Yudanagara Cilembang Argasari	2 2 1 1 2 2
7.	Mangkubumi	98.810	$\frac{98.810}{723.920} \times 100$ = <b>14</b>	Karikil Cigantang Sambongjaya Sambongpari Linggajaya Mangkubumi Cipari Cipawitra	1 2 2 1 3 2 2 1
8.	Indihiang	58.390	$\frac{58.390}{723.920} \times 100$ = <b>8</b>	Panyingkiran Parakannyasag Sirnagalih Indihiang Sukamaju kidul Sukamaju kaler	1 2 1 1 1 2
9.	Bungursari	61.550	$\frac{61.550}{723.920} \times 100$ = <b>9</b>	Sukamulya Sukarindik Bungursari Sukajaya Cibunigeulis Bantarsari Kersalaksana	1 2 1 1 1 2 1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
10.	Cipedes	81.880	$\frac{81.880}{723.920} \times 100$ = <b>11</b>	Panglayungan Cipedes Nagarawangi Sukamanah	3 2 3 3
	<b>Kota Tasikmalaya</b>	<b>723.920</b>	$\frac{723.920}{1+723.920(0,1)^2}$ = <b>100</b>		

Sumber: Data Badan Pusat Statistik (BPS)

#### 3.2.2.4. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan pemahaman mengenai teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian.
2. Penulis mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner secara *online* (*google form*) kepada pengguna aplikasi Shopee sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

#### 3.2.2.5. Pengolahan Data

Hasan (2006) menyatakan bahwa pengolahan data merupakan suatu proses memperoleh data dengan menggunakan cara atau rumus tertentu. Adapun pengolahan data ialah sebagai berikut:

- 1) Pengeditan (*Editing*).

Pengeditan (*Editing*) merupakan kegiatan pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan guna menghilangkan kesalahan-kesalahan pencatatan.

2) Pemberian kode (*Coding*).

Pengkodean (*Coding*) merupakan isyarat yang dibuat dalam bentuk huruf atau angka yang memiliki arti petunjuk suatu informasi data yang di analisis.

3) Pemberian skor (*Scoring*).

*Scoring* ini berupa angka pada jawaban dari pertanyaan kuesioner agar dapat diperoleh data kuantitatif. Pemberian skor didasarkan pada tingkatan jawaban yang diterima dari responden.

Adapun tujuan pengolahan data menurut Sudjana (2001) adalah untuk mengubah data mentah menjadi data yang dapat memberikan suatu informasi guna pengkajian lebih lanjut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengolahan data dengan menggunakan aplikasi Eviews 12.

### 3.3 Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka peneliti menguraikannya dalam bentuk model penelitian, pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu *live streaming* Shopee (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), dan *online customer review* (X4) serta variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

Adapun model penelitian yang dimaksud sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= Kepuasan Konsumen
X1	= <i>Live Streaming Shopee</i>
X2	= Kualitas Produk

X3	= Kualitas Layanan
X4	= <i>Online Customer Review</i>
$\beta_0$	= Konstanta
$\beta_i$	= Koefisien masing-masing variabel
e	= <i>Error term</i>

### 3.4 Pengujian Instrumen Penelitian

#### 3.4.1. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:102) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Adapun skala untuk mengukur instrumen penelitian ini yaitu skala *likert*. Skala likert ini untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019:93). Adapun Tabel skala *likert* yang digunakan dalam menghitung jawaban dari pertanyaan kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Skala Likert**

Skala likert	Jawaban Responden
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Kurang Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

#### 3.4.2. Nilai Jenjang Interval

Dalam penelitian yang menggunakan skala *likert*, perlu digunakan suatu perhitungan statistik yang bertujuan untuk mengetahui tingkatan dari masing-masing variabel dan kemudian disajikan dalam bentuk tabel yang bertujuan

untuk melihat nilai dari setiap indikator variabel. Adapun rumus nilai jenjang interval (NJI) tersebut adalah sebagai berikut:

$$NJJ = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\sum \text{Kriteria Pernyataan}}$$

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis berganda dikarenakan variabel bebas yang akan diteliti lebih dari satu variabel. Adapun pengolahan datanya menggunakan *software* Eviews 12.

#### 3.5.2. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018) uji validitas digunakan untuk melihat valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika suatu pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan dengan membandingkan nilai Rhitung dengan nilai Rtabel. Pertanyaan/pernyataan dinyatakan valid jika nilai Rhitung > Rtabel.

#### 3.5.3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018) uji reliabilitas merupakan suatu uji yang digunakan sebagai alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah pengukuran reliabilitas *one shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran ini hanya digunakan sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan. Reliabilitas setiap

pertanyaan dalam instrumen kuesioner akan diuji dengan uji statistik *Cronbatch Alpha* ( $\alpha$ ). Instrumen yang digunakan dikatakan *reliable* atau handal jika nilai *Cronbatch Alpha*  $> 0,60$  (Gozali, 2018).

#### **3.5.4. Method of Succesive Interval (MSI)**

Data pada penelitian ini menggunakan skala ordinal. Oleh karena itu semua data tersebut ditransformasi menjadi skala interval dengan cara *Method of Succesive Interval* (MSI). Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
5. Menentukan nilai interval rata-rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale = \frac{Kepadatan\ Batas\ Bawah - Kepadatan\ Batas\ Atas}{Daerah\ Di\ Bawah\ Batas\ Atas - Daerah\ Di\ Bawah\ Batas\ Bawah}$$

6. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Hasil Transformasi : } Scale = Scale\ Value_{\text{minimum}} + 1$$

### 3.5.5. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan regresi yang baik maka harus memenuhi beberapa pengujian, uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas

#### 3.5.5.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:111), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan dependennya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam program aplikasi Eviews 12. dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

1. Nilai probabilitas (sig)  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal.
2. Nilai probabilitas (sig)  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal.

#### 3.5.5.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:105), tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* adalah sebagai berikut:

- a. Pedoman keputusan berdasarkan nilai *Tolerance*
  1. Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
  2. Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
- b. Pedoman keputusan berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)
  1. Jika nilai VIF  $< 10,00$  artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
  2. Jika nilai VIF  $> 10,00$  artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

### 3.5.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:135) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah, jika di dalam regresi terdapat homoskedastisitas, yaitu jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap. Kemudian sebaliknya apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastitas dapat dilakukan dengan uji *white*. Adapun cara untuk menentukan apakah model ini heteroskedastisitas atau tidak yaitu sebagai berikut:

1. Jika prob. *Obs\*R-square*  $< 0,05$ , maka terjadi heteroskedastisitas
2. Jika prob. *Obs\*R-square*  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas

### 3.5.6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memastikan apakah pernyataan-pernyataan tersebut diterima atau ditolak.

Adapun cara untuk menentukan dalam uji hipotesis adalah sebagai berikut:

#### 3.5.6.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Ghozali (2018:152) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel bebas terhadap variabel dependen.

Hipotesis dalam uji t adalah:

1.  $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \leq 0$

Artinya variabel bebas *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas layanan, dan *online customer review* tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya secara parsial.

2.  $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 > 0$

Artinya variabel bebas *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas layanan, dan *online customer review* berpengaruh positif terhadap variabel terikat kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya secara parsial.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dan nilai probabilitas  $> 0,05$

Semua variabel bebas *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas layanan, dan *online customer review* tidak berpengaruh terhadap

variabel terikat kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.

2.  $H_0$  ditolak jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai probabilitas  $\leq 0,05$

Semua variabel bebas *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas layanan, dan *online customer review* berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.

### 3.5.6.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018:98). Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Hipotesis dalam uji F adalah:

1.  $H_0: \beta_i = 0$

Secara bersama-sama variabel bebas *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas layanan, dan *online customer review* tidak berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.

2.  $H_a: \beta_i > 0$

Secara bersama-sama variabel bebas *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas layanan, dan *online customer review* berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

1.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai probabilitas  $> 0,05$

Semua variabel bebas *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas layanan, dan *online customer review* tidak berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.

2.  $H_0$  ditolak jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai probabilitas  $< 0,05$

Semua variabel bebas *live streaming* Shopee, kualitas produk, kualitas layanan, dan *online customer review* berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya.

### 3.5.6.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi (*adjusted*  $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu. Nilai *adjusted*  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).