

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif untuk mengkaji parameter penelitian yang dilakukan. Pendekatan deskriptif dirancang secara cermat untuk menjelaskan berbagai aspek topik penelitian, didukung oleh analisis komprehensif terhadap literatur yang relevan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor seperti citra merek, kepercayaan merek, dan informasi kemasan produk mempengaruhi keputusan pembelian produk Scarlett di kalangan konsumen di Kota Batam. Pendekatan ini menggabungkan metode kuantitatif yang berakar pada filsafat positivis untuk mengkaji sampel tertentu. Data akan dikumpulkan dengan dapat menggunakan instrumen penelitian, dan analisis akan menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis yang dirumuskan secara empiris, sambil tetap berpegang pada prinsip dasar metode ilmiah (Sugiyono, 2019:17).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini mengutamakan upaya replikasi sebagai titik fokus utamanya. Hal ini dimaksudkan untuk memverifikasi ulang hasil-hasil dari penelitian sebelumnya. Proses replikasi ini melibatkan pengulangan eksperimen atau analisis yang telah dilakukan sebelumnya dengan menggunakan variabel, indikator, dan metode analisis data yang sama. Namun demikian, terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal obyek penelitian yang sedang diteliti dan juga dalam jangka waktu yang berbeda (Capriati & Hikmah, 2024:5).

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi utama penelitian ini adalah Kota Batam. Penelitian ini secara khusus menyasar konsumen yang menggunakan produk *body lotion* Scarlett pada tahun 2024. Pemilihan Kota Batam sebagai lokasi penelitian didasarkan pada lanskap demografis dan aktivitas ekonominya yang dinamis, menawarkan beragam wawasan tentang perilaku konsumen.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian ini rencananya akan dimulai pada bulan Maret 2024, dan kegiatan akan berlanjut hingga Juli 2024. Tahapannya meliputi berbagai tahapan, mulai dari perumusan judul penelitian hingga pengumpulan data. Untuk wawasan yang lebih komprehensif, dapat untuk merujuk pada uraian tabel di bawah ini:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	2024				2024				2024				2024				2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Menentukan Judul	■	■																		
Studi Literatur			■	■	■	■														
Metode Penelitian						■	■													
Pengumpulan Data									■	■	■	■								
Analisis Data													■	■	■					
Penyusunan Hasil Penelitian														■	■	■				
Simpulan dan Saran																	■	■	■	■

Sumber: Data Penelitian (2024)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi mengacu pada pengelompokan entitas yang komprehensif baik individu, objek, atau unit lain yang menunjukkan karakteristik atau ciri tertentu yang diinginkan. Kategori yang luas ini berfungsi sebagaimana landasan bagi penyelidikan dan pemahaman yang sistematis. Dengan menyelidiki kumpulan yang beragam ini untuk memahami pola, perilaku, dan hubungan yang dapat menghasilkan wawasan berharga yang dapat diterapkan di berbagai domain. Dengan mempelajari secara cermat atribut umum dalam populasi ini, ditujukan tidak hanya untuk menjelaskan temuan spesifik tetapi juga untuk mendapatkan prinsip-prinsip menyeluruh yang berkontribusi pada pengetahuan dan penerapan yang lebih luas dalam penelitian (Sugiyono, 2019:127). Dari hal tersebut, bahwa populasi penelitian ini secara khusus akan mengeksplorasi pada konsumen yang memutuskan untuk membeli produk *body lotion* Scarlett di Kota Batam pada tahun 2024.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah suatu peran penting dalam metodologi penelitian dengan memberikan pendekatan praktis untuk memahami karakteristik populasi yang lebih luas. Metode ini menjadi sangat penting ketika berhadapan dengan populasi besar dimana pemeriksaan setiap individu menjadi tidak praktis atau tidak mungkin karena keterbatasan seperti terbatasnya sumber daya keuangan, tenaga kerja, atau waktu. Dengan memilih subkelompok populasi yang representatif, peneliti dapat mengumpulkan data secara efisien dan menarik kesimpulan yang

dapat digeneralisasikan ke seluruh kelompok. Proses meningkatkan keandalan dan penerapan temuan, memastikan bahwa wawasan yang diperoleh dari sampel secara akurat mencerminkan tren dan perilaku populasi yang lebih besar (Sugiyono, 2019:127). Oleh karena itu, teknik penentuan sampel digunakan dengan menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Jacob Cohen. Alasan menggunakan rumus Jacob Cohen adalah karena rumus tersebut sangat sesuai untuk situasi di mana pengetahuan tentang populasi yang sedang diamati tidak tersedia. Selain itu, rumus Jacob Cohen sering kali memberikan perkiraan yang lebih konservatif, yang berarti bahwa ukuran sampel yang dihitung menggunakan rumus ini cenderung lebih besar daripada rumus lain yang mungkin menghasilkan perkiraan yang lebih relevan. Rumus tersebut dapat dijelaskan melalui uraian sebagai berikut:

$$n = \frac{L}{f^2} + u + 1$$

Rumus 3.1 *Jacob Cohen*

Sumber: Mariza & Khoiri (2024:1269)

Keterangan :

n : Ukuran sampel

f^2 : *Effect size* = 0,1

u : Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian = 5

L : *Effect size* 1%, power (p) 0.95 dan u 5 = 19.76

Dengan penjabaran rumus yang tertera di atas, dapat mengacu pada proses perhitungan berikut:

$$N = \frac{L}{f^2} + u + 1$$

$$N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1$$

$$N = 203,6 = 204 \text{ responden}$$

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan *purposive sampling*, suatu metode yang banyak digunakan dalam penelitian, melibatkan pemilihan sumber data secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya dan selaras dengan tujuan penelitian. Pendekatan ini memastikan bahwa sampel secara akurat mewakili karakteristik atau ciri-ciri yang penting bagi fokus penelitian, sehingga meningkatkan relevansi (Sugiyono, 2019:128). Alasan utama penggunaan *purposive sampling* untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih benar-benar mewakili karakteristik yang dibutuhkan dalam studi. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan untuk mendapatkan data yang lebih bermakna, karena responden yang dipilih sudah sesuai dengan kriteria yang dianggap penting dalam menjawab pertanyaan penelitian. Dengan penjelasan tersebut peneliti menetapkan kriteria dimana responden yang terlibat pernah melakukan pembelian atau menggunakan produk *body lotion* Scarlett.

3.5 Sumber Data

Dalam menerapkan sumber data, terdapat beberapa sumber yang akan di kaji seperti penjelasan di bawah ini (Sugiyono, 2019:194):

1. Data primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama, tanpa melalui suatu proses interpretasi atau pengolahan

sebelumnya. Data primer ini didapatkan langsung dari sumber aslinya, seperti individu, kelompok, atau objek penelitian, dengan melalui berbagai teknik pengumpulan seperti observasi langsung, wawancara mendalam, atau pengisian kuesioner secara langsung. Kelebihan dari data primer adalah bahwa informasi yang diperoleh belum pernah diolah sebelumnya dan dikumpulkan secara khusus untuk tujuan penelitian atau analisis tertentu. Karena sifatnya yang langsung berasal dari sumbernya, data primer dapat memiliki tingkat keakuratan yang lebih tinggi dan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang kondisi, persepsi, atau karakteristik yang sedang diteliti. Pada data primer telah dapat diperoleh dengan serangkaian cakupan di bawah ini:

- a. Observasi dilakukan terhadap individu yang menggunakan atau membeli *body lotion* merek Scarlett.
- b. Proses wawancara dilakukan dengan individu yang telah menggunakan atau membeli *body lotion* Scarlett.
- c. Penyusunan kuesioner dengan menyajikan rangkaian pertanyaan kepada responden secara langsung yang akan menjadi objek penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya, tidak melalui upaya langsung pengumpulan data oleh peneliti. Jenis data ini umumnya berasal dari hasil penelitian sebelumnya, buku, jurnal, atau data *online* yang telah dapat dipublikasikan. Pendekatan menggunakan data sekunder memungkinkan untuk menjelajahi dan

menganalisis topik tertentu dengan memanfaatkan informasi yang telah tersedia, sehingga mendukung proses pengambilan keputusan yang lebih baik atau riset yang lebih mendalam. Penggunaan data sekunder sering kali memberikan keuntungan dalam hal efisiensi waktu dan biaya, serta memperluas pemahaman terhadap fenomena yang dipelajari dari berbagai sudut pandang. Pada data sekunder dapat diperoleh dengan serangkaian cakupan di bawah ini:

- a. Data penjualan *body lotion* terlaris di Indonesia tahun 2023 yang diperoleh melalui [compass.co.id](https://www.compass.co.id).
- b. Data *rating body lotion* scarlett dari Female Daily.
- c. Data keluhan pengguna terhadap *body lotion* scarlett dari Female Daily.
- d. Data mengenai informasi kemasan produk yang diperoleh secara langsung pada produk *body lotion* scarlett.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam riset ini dapat melibatkan penjelasan di bawah ini (Sugiyono, 2019:147):

1. Observasi

Observasi adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara secara langsung mengamati perilaku individu dalam konteks yang sesungguhnya. Dalam penelitian ini, fokus pada keputusan pembelian para konsumen di Kota Batam saat mereka berinteraksi dengan produk *body lotion* Scarlett. Dengan melakukan observasi secara langsung, dapat mengamati

bagaimana konsumen berperilaku, berinteraksi, dan merespons produk ini saat berada dalam situasi nyata, seperti ketika para konsumen berbelanja atau menggunakan produk tersebut di pasar atau toko. Dengan memperluas pemahaman tentang cara konsumen bereaksi terhadap *body lotion* Scarlett dalam lingkungan, dapat mendapatkan wawasan yang dapat membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif di Kota Batam.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara berinteraksi langsung antara peneliti dan responden. Dalam melakukan wawancara dengan konsumen *body lotion* Scarlett di Kota Batam. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Dalam proses wawancara, akan bertanya kepada konsumen mengenai berbagai hal terkait pengalaman dan persepsi mereka terhadap produk *body lotion* Scarlett. Hal-hal yang ditanyakan termasuk alasan mereka memilih produk ini, bagaimana pengalaman penggunaannya, serta faktor-faktor apa yang memengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

3. Studi literatur

Studi literatur merupakan proses pencarian serta analisis terhadap materi-materi tertulis yang relevan dengan fokus penelitian yang ingin dijalankan. Proses ini melibatkan penelusuran buku, artikel jurnal, dan sumber-sumber lain yang telah dipublikasikan sebelumnya. Tujuannya adalah untuk meraih

suatu pemahaman yang komprehensif terkait konsep-konsep yang telah ada, temuan-temuan sebelumnya, dan kerangka kerja yang berhubungan dengan ruang lingkup penelitian yang sedang dijalankan. Melalui metode ini, dapat memperdalam pemahaman terkait topik yang diteliti serta mengintegrasikan pengetahuan yang telah ada ke dalam hasil temuan dari penelitian yang dilakukan. Studi literatur memungkinkan untuk menjelajahi dan mengevaluasi berbagai sumber yang relevan, memperluas pandangan terhadap topik, serta mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai keterkaitan antara penelitian yang akan dilakukan.

3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data

Kuesioner adalah alat yang dibuat dengan cermat dan dirancang untuk mengumpulkan data secara sistematis melalui serangkaian pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Pertanyaan-pertanyaan ini disusun secara hati-hati untuk mengekstrak informasi spesifik dari responden dengan cara yang terstruktur. Dengan menyajikan kumpulan pertanyaan tertulis, kuesioner memfasilitasi pendekatan metodis dalam pengumpulan data, memastikan bahwa peneliti dapat mengumpulkan dan menganalisis informasi yang berkaitan dengan penelitian mereka secara efisien. Format terstruktur ini tidak hanya membantu memperoleh tanggapan yang akurat dan konsisten tetapi juga memungkinkan dilakukannya eksplorasi komprehensif terhadap berbagai aspek topik penelitian. Selain itu, kuesioner cukup fleksibel untuk disesuaikan dengan tujuan penelitian yang berbeda, menjadikannya alat serbaguna baik dalam lingkungan akademis maupun profesional untuk mengumpulkan wawasan dari beragam peserta (Sugiyono,

2019:147). Untuk mengevaluasi kuesioner dalam penelitian ini dapat merujuk penjabaran kriteria skala *Likert* berikut:

Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner

No	Alternatif Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen dapat disebut dengan istilah berbeda seperti variabel stimulus, prediktor, atau anteseden. Dalam bahasa Indonesia biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel-variabel tersebut berperan penting dalam mempengaruhi atau mengawali perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2019:69). Dalam konteks penelitian ini, variabel independen utama yang diteliti adalah *brand image* (X1), kepercayaan merek (X2) dan informasi kemasan produk (X3).

3.7.1.1 *Brand Image* (X1)

Brand image adalah persepsi kolektif yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu merek. Hal ini mencakup berbagai elemen seperti citra keseluruhan merek dan kualitas yang dirasakan yang tertanam berdasarkan interaksi dengan merek tersebut (Putri & Fauzi, 2023:845). Indikator *brand image*, dapat dijelaskan dengan cakupan berikut (Nuriyah *et al.*, 2023:178):

1. Merek dikenal oleh masyarakat luas
2. Merek menambah citra diri penggunanya

3. Merek memiliki ciri khas yang berbeda dengan merek lain

3.7.1.2 Kepercayaan Merek (X2)

Kepercayaan merek adalah keyakinan konsumen terhadap suatu merek, yang pada gilirannya dapat menimbulkan harapan yang positif (Janji *et al.*, 2023:1046). Kepercayaan merek memiliki berbagai indikator, dapat mencakup uraian berikut (Senjaliani & Magdalena, 2023:26):

1. Integritas
2. Kompetensi
3. Konsistensi
4. Loyalitas
5. Keterbukaan

3.7.1.3 Informasi Kemasan Produk (X3)

Informasi kemasan produk merujuk kepada sejumlah data yang tersaji dengan cara visual maupun tekstual pada kemasan produk (Harahap, 2020:357). Indikator informasi kemasan produk, dapat mencakup uraian berikut (Nazirah & Parani, 2021:109):

1. Gambar
2. Tulisan
3. Kombinasi gambar dan tulisan
4. Penempelan pada kemasan

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen mempunyai peranan penting dan ditetapkan secara khusus. Hal ini, juga disebut sebagai variabel hasil, kriteria, atau konsekuensi, mempunyai arti penting dalam kerangka penelitian. Variabel ini berfungsi sebagai indikator kritis yang dibentuk oleh variabel independen yang diteliti (Sugiyono, 2019:69). Dalam penelitian ini, keputusan pembelian (Y) berfungsi sebagai variabel dependen yang teridentifikasi.

3.7.2.1 Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah serangkaian langkah yang diambil oleh individu untuk memilih, mendapatkan, dan menggunakan produk atau layanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pribadi mereka (Novitri & Realize, 2023). Keputusan pembelian dapat diukur dengan indikator, seperti di bawah ini (Romadon *et al.*, 2023:676):

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah suatu teknik analisis statistik yang bertujuan untuk menggambarkan dan merangkum data secara sistematis. Dengan dapat menggunakan pendekatan ini, data yang terkumpul dapat diinterpretasikan dengan lebih mendalam dan terstruktur. Tujuan utama dari uji statistik deskriptif adalah untuk mengidentifikasi pola atau karakteristik dasar dari data, seperti nilai-nilai

rata-rata, median, dan modus yang dapat merepresentasikan tendensi sentral dari distribusi data. Selain itu, uji ini juga membantu dalam mengeksplorasi variasi atau dispersi data, yang tercermin dalam ukuran-ukuran seperti varians dan deviasi standar. Dengan demikian, penggunaan uji statistik deskriptif tidak hanya memfasilitasi pemahaman yang lebih dalam terhadap data yang dianalisis, tetapi juga mempermudah proses pengambilan keputusan yang didasarkan pada informasi yang lebih akurat dan terstruktur (Sugiyono, 2019:207). Dalam pengujian ini dapat dievaluasi dengan rumus yang tertera berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: Sugiyono (2019:207)

Keterangan :

RS : Rentang skala

n : Jumlah responden

m : Jumlah *alternative* jawaban

Dengan menggunakan penjelasan rumus tersebut, dapat untuk menghitung rentang skala seperti yang berikut ini:

$$RS = \frac{204(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{(816)}{5} = 163,2$$

Tabel 3.3 Kategori Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	204 -367,2	Sangat Tidak Setuju
2	367,3 – 530,5	Tidak Setuju
3	530,6 – 693,7	Cukup Setuju
4	693,8 – 856,9	Setuju
5	857 – 1020	Sangat Setuju

Sumber: Data Penelitian (2024)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengevaluasi keabsahan suatu instrumen pengukuran dalam konteks penelitian. Tujuannya untuk memastikan bahwa instrumen tersebut benar dapat akurat untuk mengukur variabel yang dimaksudkan. Proses ini melibatkan serangkaian langkah untuk menilai sejauh mana instrumen tersebut sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dengan menggunakan uji validitas, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen pengukuran tersebut dapat akurat dalam mendukung temuan atau hipotesis dalam penelitian mereka. Hal ini penting untuk menjaga keabsahan hasil penelitian serta untuk menghindari bias yang muncul diakibatkan penggunaan instrumen yang tidak valid (Ulumudin & Wahyuati, 2021:9). Dalam evaluasi uji validitas dapat untuk diacukan dengan pedoman berikut:

1. Hasil temuan valid ketika r hitung yang ditemukan mampu mengungguli nilai r tabel.
2. Hasil temuan tidak valid ketika r hitung yang ditemukan tidak mengungguli nilai r tabel.

Untuk mengkaji lebih lanjut pada uji reliabilitas dapat dirujuk dengan rumus yang tertera berikut:

$$r_x = \frac{n \sum x - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3.3 *Product Moment*

Sumber: Sugiyono (2019:246)

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi X dan Y

- n : Jumlah Responden
 X : Skor item
 Y : Jumlah skor total

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu prosedur statistik yang penting dalam konteks penelitian dan pengukuran. Tujuan utamanya adalah untuk menilai sejauh mana suatu instrumen atau alat ukur dapat diandalkan dalam menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya. Dalam konteks ini, reliabilitas mengacu pada tingkat kestabilan atau konsistensi dari data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut ketika digunakan berulang kali dalam situasi yang sama. Uji reliabilitas membantu peneliti untuk mengevaluasi apakah alat ukur yang di gunakan dapat memberikan hasil yang serupa jika digunakan pada sampel yang berbeda dari populasi yang sama atau dalam situasi pengukuran yang berulang (Ulumudin & Wahyuati, 2021:9). Persyaratan uji reliabilitas dengan pentunjuk berikut:

1. Intrument ditemukan *reliabel* ketika suatu uji menghasilkan *cronbach's alpha* melebihi angka 0,60.
2. Intrument ditemukan tidak *reliabel* ketika suatu uji menghasilkan *cronbach's alpha* tidak melebihi angka 0,60.

Untuk melaksanakan uji reliabilitas diperlukan rumus yang tertera pada penjabaran berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Rumus 3.4 *Alpha Cronbach*

Sumber: Winata & Priyowidodo (2022:16)

Keterangan:

rii : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir

σ_t^2 : Varian total

3.8.3 Uji Asusmsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah data yang dianalisis berasal dari populasi yang terdistribusi secara normal, atau mendekati distribusi normal. Secara praktis, memastikan bahwa data terdistribusi secara normal penting untuk menghasilkan interpretasi statistik yang akurat, mengurangi risiko kesalahan interpretasi, dan memperkuat keandalan temuan yang diperoleh dari analisis data. Dengan demikian, uji normalitas tidak hanya membantu dalam validasi hasil, tetapi juga memandu dalam memilih pendekatan analisis yang paling tepat, sehingga meningkatkan kualitas dan keandalan hasil penelitian secara keseluruhan (Lina & Sitohang, 2023:11). Dalam usaha untuk memastikan normalitas data, studi ini menerapkan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria berikut:

1. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan tidak melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki distribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah proses penting dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana variabel bebas dalam model regresi saling mempengaruhi atau berkorelasi. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel bebas dalam model regresi memiliki hubungan kuat di antara mereka, yang dapat menyebabkan masalah dalam interpretasi hasil regresi. Fenomena ini dapat memengaruhi keandalan estimasi parameter karena membuat sulit untuk memisahkan efek masing-masing variabel terhadap variabel terikat. Tujuan utama dari uji ini adalah untuk memastikan bahwa variabel bebas dalam model regresi tidak saling berkorelasi satu sama lain atau tidak memberikan kontribusi yang terlalu serupa terhadap perubahan dalam variabel terikat (Maskur & Lestaringingsih, 2022:9). Dalam praktiknya, uji multikolinearitas ini dapat dikaji dengan acuan yang tertera berikut:

1. Jika nilai *tolerance* mengungguli nilai 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00, maka tidak terdapat indikasi adanya multikolinearitas.
2. Jika nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10,00, maka hal ini menandakan terjadinya multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu teknik penting dalam analisis statistik yang digunakan untuk mengevaluasi stabilitas variabilitas kesalahan prediksi dalam sebuah model regresi. Tujuan utamanya adalah untuk menentukan apakah varians dari kesalahan prediksi ini berubah secara signifikan seiring dengan perubahan dalam variabel independen yang digunakan dalam model

tersebut. Dalam konteks regresi, mengasumsikan bahwa kesalahan residuals memiliki varians yang konstan atau homoskedastisitas. Artinya, variabilitas dari residual tidak bergantung pada nilai dari variabel independen yang diamati. Namun, dalam kenyataannya, terkadang terjadi heteroskedastisitas, yaitu ketika varians dari residual tidak stabil dan dapat bervariasi tergantung pada nilai-nilai spesifik dari variabel independen (Maskur & Lestaringingsih, 2022:9). Dalam upaya mengkaji pengujian heteroskedastisitas dapat dilalui dengan Glejser dengan panduan yang tertera berikut:

1. Heteroskedastisitas tidak akan terjadi pada saat perolehan *Sig.* mengungguli nilai 0,05.
2. Heteroskedastisitas akan terjadi pada saat perolehan *Sig.* tidak mengungguli nilai 0,05.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan sebuah metode statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan kompleks antara satu variabel yang terikat dengan dua atau lebih variabel yang bebas. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi seberapa kuat dan signifikan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model matematis. Proses analisis regresi linier berganda dimulai dengan mengumpulkan data observasional tentang variabel yang relevan. Selanjutnya, dilakukan estimasi koefisien regresi untuk setiap variabel independen, yang dapat mengindikasikan seberapa besar perubahan dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh

perubahan dalam variabel independen tersebut, sambil mengontrol efek dari variabel-variabel lainnya (Triwijayanti & Yulianto, 2023:9). Persamaan yang dikaji dalam analisis ini sebagaimana dapat merujuk penjelasan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda

Sumber: Triwijayanti & Yulianto (2023:9)

Keterangan:

Y : Variabel keputusan pembelian

X1 : Variabel *brand image*

X2 : Variabel kepercayaan merek

X3 : Variabel informasi kemasan

α : Konstanta

b1- b2-b3 : Koefisien regresi

e : *error*

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah konsep penting dalam statistika yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model statistik dapat menjelaskan variasi dalam data. Secara spesifik, R^2 mengukur proporsi variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model dapat menjelaskan variasi yang lebih besar dari data, sedangkan nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa model mungkin tidak dapat menjelaskan variasi dengan baik atau bahwa variabilitas yang

dijelaskan oleh model lebih rendah dibandingkan dengan variabilitas sebenarnya dari data (Triwijayanti & Yulianto, 2023:9). Untuk mengevaluasi analisis ini dapat mengacu dengan penjabaran ketentuan berikut:

1. Ketika nilai R^2 hampir mencapai 1, ini menandakan bahwa model memiliki kapasitas yang sangat kuat untuk menjelaskan perubahan dalam variabel dependen.
2. Ketika nilai R^2 mendekati 0, ini menandakan bahwa model tersebut kurang efektif dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada data dependen.

Untuk mengevaluasi analisis ini sebagaimana dapat mengacu dengan penjabaran rumus berikut:

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

Rumus 3.6 Koefisien Determinasi

Sumber: Winata & Priyowidodo (2022:20)

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Uji t adalah suatu prosedur dalam analisis statistik yang dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh relatif dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat dalam sebuah model, dengan mengendalikan atau mempertimbangkan efek dari variabel lain yang ada dalam model tersebut. Dengan melakukan uji t, dapat secara sistematis mengidentifikasi dan mengukur dampak langsung dari variabel yang sedang diteliti terhadap variabel lainnya, tanpa terpengaruh oleh faktor-

faktor lain yang memengaruhi hubungan antarvariabel tersebut. Pendekatan ini membantu dalam memahami kontribusi individual dari setiap variabel dalam menjelaskan fenomena yang diamati, sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif terhadap dinamika dalam data statistik yang dianalisis (Ulumudin & Wahyuati, 2021:10). Pengujian ini memerlukan acuan dengan penjabaran berikut:

1. Ketika nilai t hitung mengungguli nilai yang terdapat dalam distribusi t tabel dan tingkat signifikansi di bawah 0,05, ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan secara individual.
2. Ketika nilai t hitung tidak lebih besar dari nilai yang terdapat dalam distribusi t tabel dan tingkat signifikansi di atas 0,05, ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan secara individual.

Untuk mengevaluasi pengujian ini memerlukan rumus yang tersajikan di bawah ini:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.7 Uji t}$$

Sumber: Sugiyono (2019: 200)

Keterangan :

t = Pengujian hipotesis

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah responden

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji F merupakan sebuah metode analisis yang dapat digunakan untuk mengevaluasi pengaruh bersama-sama dari sekelompok variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model. Metode ini penting untuk memahami kontribusi gabungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, memungkinkan peneliti untuk menentukan apakah variabel-variabel tersebut secara kolektif signifikan dalam mempengaruhi hasil atau fenomena yang diamati. Dengan demikian, uji simultan membantu dalam menjawab pertanyaan apakah ada efek bersama dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga penting dalam pembentukan dan interpretasi model analisis data (Ulumudin & Wahyuati, 2021:10). Acuan yang dikandung dalam uji F dapat merujuk penjelasan dengan pemaparan berikut:

1. Ketika nilai f hitung melampaui nilai dari f tabel, dan tingkat signifikansinya di bawah 0,05, hal ini menandakan adanya dampak kolektif yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Ketika nilai f hitung tidak melebihi nilai f tabel, dan tingkat signifikansinya tetap di bawah 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara kolektif tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk mengevaluasi pengujian ini memerlukan rumus yang tersajikan di bawah ini:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/K}{1-R^2(n-k-1)}$$

Rumus 3.8 Uji f

Sumber: Sugiyono (2019: 257)

Keterangan :

R² = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel *independent*

n = Jumlah anggota sampel