

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan mencakup deskriptif yang dapat diperluas dengan pendekatan kuantitatif. Alasan menggunakan deskriptif dalam penelitian ini sebagaimana untuk memberikan gambaran rinci dan mendalam tentang subjek penelitian, didukung oleh literatur yang relevan untuk memperkuat pemahaman peneliti. Fokus utama analisis deskriptif adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian ban pada PT Adaban Makmur Sukses. Pendekatan kuantitatif dapat diterapkan berdasarkan prinsip positivisme. Pendekatan ini dirancang untuk memperdalam pemahaman mengenai sampel tertentu dengan menggunakan metode pengumpulan data yang sistematis. Instrumen penelitian disusun dengan teliti untuk memastikan validitas data yang diperoleh, kemudian dianalisis secara kuantitatif untuk mengevaluasi hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2019:17).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah penekanannya pada replikasi, dengan tujuan utama untuk memvalidasi hasil dari penelitian-penelitian terdahulu. Proses ini mencakup pengulangan penelitian-penelitian sebelumnya dengan menggunakan variabel, indikator, dan metode analisis data yang serupa. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan penting, yaitu pada objek penelitian yang digunakan dan periode waktu yang dipertimbangkan, sehingga memungkinkan analisis yang lebih rinci dan komprehensif.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT Adaban Makmur Sukses, yang berlokasi di suatu wilayah Sungai Panas, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam. Keberadaan di lokasi yang mudah dijangkau ini memungkinkan untuk dapat mengumpulkan data dengan lebih mudah, termasuk melakukan observasi dan pengumpulan sampel.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini berlangsung dari Maret 2024 hingga Juli 2024. Pada tahap awal, penelitian dimulai dengan pengajuan judul, yang kemudian diikuti oleh serangkaian kegiatan penelitian dan berlanjut hingga pengumpulan temuan. Rincian lengkap mengenai periode penelitian sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	2024				2024				2024				2024				2024			
	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Menentukan Judul	■	■																		
Penelitian 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 merujuk pada sekelompok objek atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang dipilih untuk diteliti. Dalam konteks penelitian, populasi sering kali merupakan kumpulan orang, hewan, atau objek lain yang menjadi fokus dari penelitian. Dalam memilih populasi ini berdasarkan tujuan dan ruang lingkup penelitian mereka. Selain itu, karakteristik yang dimiliki oleh populasi juga menjadi pertimbangan penting, karena ini memengaruhi hasil dan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian tersebut. Dengan memahami populasi dengan baik, dapat menghasilkan generalisasi yang lebih akurat serta relevan terkait dengan fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2019:127). Populasi pada penelitian ini berjumlah 318 pelanggan PT Adaban Makmur Sukses. Penentuan jumlah ini didasarkan pada catatan pelanggan selama bulan Februari tahun 2024. Pemilihan periode tersebut dengan alasan karena data tersebut merupakan data terbaru yang tersedia untuk menggambarkan kondisi terkini dari PT Adaban Makmur Sukses. Hal ini memungkinkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih akurat tentang perilaku dan preferensi pelanggan dalam konteks yang relatif baru. Dengan demikian, data yang diperoleh dari periode ini dianggap paling relevan dan representatif untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel mengacu pada aspek mendasar dalam memahami kuantitas dan karakteristik yang melekat dalam suatu populasi. Dalam situasi dimana populasi yang diteliti berjumlah besar sehingga tidak praktis untuk menyelidiki setiap

elemen karena kendala seperti keterbatasan dana atau hal yang lainnya dapat memilih untuk menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi. Proses ini melibatkan pemilihan sekelompok individu atau elemen dari populasi yang lebih luas yang secara ideal mewakili keragaman dan atribut utamanya (Sugiyono, 2019:127). Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin, dengan alasan populasi sudah diketahui sebelumnya. Selain itu, populasi dalam penelitian ini memiliki jumlah yang sangat besar. Hal ini mengakibatkan keterbatasan waktu untuk menginvestigasi secara menyeluruh seluruh anggota populasi. Oleh karena itu, menggunakan rumus Slovin menjadi pilihan yang tepat karena dapat membantu dalam menentukan ukuran sampel yang representatif secara statistik, tanpa memerlukan pengujian terhadap seluruh elemen populasi yang besar tersebut. Detail rumus tersebut akan dijelaskan di bawah ini:

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

Rumus 3.1 Slovin

Sumber : Sugiyono (2019:137)

Keterangan :

n : Sampel

N : Populasi

e : Taraf kesalahan atau nilai kritis 5%

Dengan merujuk pada rumus sebelumnya, perhitungan sampel dapat dilakukan sesuai dengan penjelasan berikut ini:

$$n = \frac{318}{1 + (318 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{318}{1 + 318 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{318}{1,80}$$

$$n = 176,66 = 177 \text{ responden}$$

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* pada penelitian ini merupakan *simple random sampling*, mengacu pada suatu teknik pengambilan sampel dari populasi dengan cara yang sepenuhnya acak, tanpa mempertimbangkan strata yang mungkin ada dalam suatu populasi tersebut. Metode ini dapat memastikan bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dapat dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019:127). *Simple random sampling* dipilih dengan alasan karena keberadaan sifat acak yang menyertainya. Dalam konteks ini, penggunaan *simple random sampling* mempermudah analisis statistik atas data sampel. Dengan asumsi bahwa sampel diambil secara acak yang tepat, ini memungkinkan untuk menghasilkan perkiraan yang dapat diandalkan tentang populasi secara keseluruhan melalui analisis statistik pada sampel tersebut. Dalam praktiknya, kemudahan ini berarti dapat melakukan analisis dengan lebih mudah untuk mengambil kesimpulan kuat tentang suatu populasi tanpa harus memerlukan berbagai sumber daya yang lebih besar.

3.5 Sumber Data

Dalam mendukung penelitian yang dilakukan dibutuhkan berbagai sumber (Sugiyono, 2019:194):

1. Data primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya atau melalui proses pengumpulan data yang telah dirancang secara khusus untuk mencapai tujuan penelitian tertentu. Dalam konteks ini, sumber data primer dapat merujuk pada berbagai sumber seperti observasi langsung dan penyebaran kuesioner. Proses pengumpulan data primer seringkali dapat melibatkan desain penelitian yang cermat untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penelitian tersebut. Secara umum, data primer memberikan keuntungan karena keasliannya dan kemampuannya untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Pada penelitian ini data primer dapat diperoleh dalam uraian berikut:

- a. Membuat kuesioner untuk menanyakan persepsi konsumen terhadap kualitas produk, citra merek dan promosi pada ban PT Adaban Makmur Sukses.
- b. Meminta pendapat dari manajer PT Adaban Makmur Sukses mengenai permasalahan yang terjadi terkait dengan kualitas produk, citra merek dan promosi.
- c. Melakukan observasi langsung terhadap perilaku konsumen PT Adaban Makmur Sukses untuk melihat bagaimana kualitas produk, citra merek dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian

2. Data sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang telah ada sebelumnya dan telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk keperluan yang berbeda dari penelitian

yang sedang dilakukan. Hal ini dapat berupa data yang telah dipublikasikan dalam jurnal ilmiah, buku, data data perusahaan yang terkait objek penelitian. Dengan menggunakan data sekunder, dapat memanfaatkan informasi yang sudah ada untuk mendukung penelitian tanpa perlu mengumpulkan data baru secara langsung. Hal ini membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas penelitian dengan memanfaatkan sumber daya yang sudah tersedia. Pada penelitian ini data primer dapat diperoleh dalam uraian berikut:

- a. Data jumlah konsumen PT Adaban Makmur Sukses tahun 2023-2024.
- b. Data pengembalian produk ban PT Adaban Makmur Sukses.
- c. Data rating PT Adaban Makmur Sukses.
- d. Data jenis promosi ban PT Adaban Makmur Sukses.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Agar dapat memperkuat dukungan terhadap penelitian ini, perlu dilakukan teknik pengumpulan (Sugiyono, 2019:127):

1. Observasi

Observasi merupakan suatu metode untuk mengumpulkan data dengan cara langsung memperhatikan objek atau peristiwa yang sedang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, observasi dilakukan di PT Adaban Makmur Sukses. Proses ini melibatkan pengamatan yang teliti serta pencatatan karakteristik, perilaku, dan interaksi subjek dalam lingkungan alaminya. Melalui observasi, dapat menangkap nuansa dan detail yang mungkin tidak terlihat melalui metode pengumpulan data lainnya. Pendekatan langsung ini mendapatkan

pemahaman yang menyeluruh tentang materi yang diteliti, memberikan wawasan berharga, dan berkontribusi pada kedalaman analisis. Dalam teknik ini, dapat untuk diterapkan dengan mengunjungi berbagai titik penjualan dan distributor ban PT Adaban Makmur Sukses untuk dapat mengamati perilaku pembelian konsumen. Peneliti akan mencatat aspek-aspek seperti jumlah pelanggan, interaksi antara penjual dan pembeli, serta tanggapan pelanggan terhadap produk dan promosi yang ditawarkan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode komunikasi yang menggambarkan proses interaksi antara pelaku penelitian dan subjek penelitian. Dalam hal ini, wawancara dilakukan dengan manajer atau staf penjualan dari perusahaan PT Adaban Makmur Sukses. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali lebih dalam mengenai pengaruh kualitas produk, citra merek, dan strategi promosi terhadap keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen. Selama wawancara, mendapatkan wawasan yang komprehensif tentang bagaimana produk yang ditawarkan oleh PT Adaban Makmur Sukses diterima oleh pasar. Hal ini meliputi kualitas produk yang ditawarkan, persepsi konsumen terhadap merek perusahaan, serta dampak dari berbagai kegiatan promosi yang telah dilakukan. Dalam teknik ini, dapat untuk diterapkan dengan melakukan wawancara manajemen PT Adaban Makmur Sukses, staf penjualan, dan konsumen. Dalam pertanyaan wawancara akan difokuskan pada persepsi mereka tentang kualitas produk, citra merek, dan promosi. Wawancara dengan konsumen akan mengungkap faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

mereka. Selain itu, wawancara dengan manajemen dapat memberikan wawasan tentang strategi promosi dan upaya peningkatan kualitas produk.

3. Penelitian Literatur

Penelitian literatur adalah suatu pendekatan yang mendalam dalam penelitian yang melibatkan analisis dokumen atau sumber daya tertulis lainnya yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dijalankan. Proses ini digunakan untuk mengumpulkan wawasan dan informasi yang diperlukan dari berbagai sumber terpercaya. Dalam konteks yang disebutkan, penelitian literatur yang dilakukan untuk mengeksplorasi pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian melibatkan pengumpulan data dari beragam sumber, termasuk artikel jurnal, buku dan laporan perusahaan. Dengan mengintegrasikan berbagai sumber data ini, penelitian literatur dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif keputusan pembelian konsumen. Dalam teknik ini, diterapkan dengan mengumpulkan dan menganalisis literatur berkaitan dengan judul penelitian, yang berasal dari jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian pasar, dan publikasi lain yang mendukung penelitian. Penelitian literatur akan membantu mengidentifikasi tren pasar, strategi promosi yang efektif, dan bagaimana kualitas produk dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan instrumen yang digunakan untuk menghimpun informasi dari responden dengan menggunakan sejumlah pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti dapat memperoleh

pemahaman yang lebih dalam mengenai topik yang sedang diselidiki. Proses penyusunan kuesioner melibatkan seleksi pertanyaan yang relevan serta penataan secara terstruktur untuk menghasilkan data yang dapat dipercaya. Dengan hal ini, kuesioner sebagai sarana penting dalam penelitian yang memungkinkan untuk mengumpulkan data secara sistematis dan objektif melalui tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap serangkaian pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Melalui kuesioner, dapat mendapatkan wawasan yang komprehensif mengenai fenomena yang dipelajari (Sugiyono, 2019:147). Alasan menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mendapatkan pandangan yang komprehensif mengenai persepsi dan preferensi pelanggan terhadap produk ban yang ditawarkan oleh PT Adaban Makmur Sukses. Dengan kuesioner, dapat menjangkau beragam pelanggan dari berbagai latar belakang dan pengalaman, yang dapat digunakan menganalisis tren dan pola secara menyeluruh.

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 yang sering dikenali sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, atau *antecedent*, memiliki peran sentral dalam penelitian. Dalam bahasa Indonesia, istilah yang sering digunakan adalah variabel bebas. Variabel bebas

adalah faktor yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen, yang juga disebut sebagai variabel terikat (Sugiyono, 2019:69). Dalam konteks penelitian ini, variabel bebas yang diteliti adalah kualitas produk (X1), citra merek (X2) dan promosi (X3).

3.7.1.1 Kualitas Produk

Kualitas produk merujuk pada sejauh mana produk tersebut memenuhi kebutuhan atau spesifikasi yang telah ditetapkan (Winardy *et al.*, 2021:162). Indikator kualitas produk dapat mencakup dalam uraian berikut (Nurhaida & Realize, 2023:911):

1. Kinerja
2. Kesesuaian dengan spesifikasi
3. Daya tahan
4. Keandalan
5. Kualitas yang di persepsikan

3.7.1.2 Citra Merek

Citra merek merupakan gambaran atau impresi yang dibentuk dalam pikiran para konsumen terhadap pada suatu merek (Putri & Fauzi, 2023:844). Indikator citra merek dapat mencakup pada uraian berikut (Frenredy & Dharmawan, 2020:1006):

1. *Mystery*
2. *Sensuality*
3. *Intimacy*

3.7.1.3 Promosi

Promosi merupakan rangkaian upaya yang dapat dimaksudkan untuk memengaruhi pembelian yang dituju melalui penyampaian informasi mengenai produk yang ditawarkan (Purba *et al.*, 2020:457). Promosi memiliki berbagai indikator dalam pengukurannya (Thengio *et al.*, 2021:111):

1. Pesan promosi
2. Waktu promosi
3. Frekuensi promosi

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau yang sering disebut variabel *output*, kriteria, atau konsekuen, juga dikenal dengan istilah variabel terikat dalam konteks bahasa Indonesia. Variabel terikat adalah elemen dalam sebuah penelitian atau analisis yang cenderung dipengaruhi atau menjadi hasil langsung dari variabel bebas yang ada (Sugiyono, 2019:69). Dalam kasus penelitian ini, variabel terikat yang dapat menjadi fokus adalah penjualan keputusan pembelian (Y).

3.7.2.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap penting dalam proses pengambilan keputusan, di mana seseorang dapat mempertimbangkan apakah akan melakukan pembelian atau tidak (Sari & Realize, 2023:2182). Indikator dari keputusan pembelian sebagaimana yang telah diungkapkan (Romadon *et al.*, 2023:676), dapat meliputi uraian berikut:

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 merupakan suatu alat statistik yang berguna untuk menganalisis dan memberikan gambaran tentang data yang telah terkumpul. Tujuan utamanya adalah untuk menjelaskan karakteristik atau sifat-sifat dari kumpulan data tanpa membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Dalam hal ini, uji statistik deskriptif membantu dalam memahami distribusi, pola, dan variasi dalam data tersebut. Melalui metode ini, dapat untuk mengidentifikasi tendensi sentral seperti rata-rata, median, dan modus. Dengan demikian, uji statistik deskriptif berperan penting dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang struktur dan karakteristik dari data yang diamati, tanpa mencoba membuat kesimpulan yang berlaku secara universal (Sugiyono, 2019:207).

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: Sugiyono (2019:207)

Keterangan :

RS : Rentang skala

n : Jumlah responden

m : Jumlah *alternative* jawaban

Agar dapat menghasilkan hasil perhitungan dari rumus yang disebutkan sebelumnya, penjelasan yang komprehensif akan disajikan di bawah ini:

$$RS = \frac{177(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{(708)}{5}$$

$$RS = 141,6$$

Tabel 3.3 Kategori Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	177-318,6	Sangat Tidak Setuju
2	318,7-460,2	Tidak Setuju
3	460,3-601,8	Netral
4	601,9-743,4	Setuju
5	743,5-885	Sangat Setuju

Sumber: Data Penelitian (2024)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan tahapan penting dalam penelitian yang bertujuan untuk menilai sejauh mana alat pengukuran yang digunakan dapat benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam esensi, hal ini merupakan suatu proses evaluasi yang menyeluruh untuk memastikan bahwa instrumen atau alat yang digunakan dalam pengumpulan data memiliki kemampuan yang memadai untuk menghasilkan hasil yang akurat dan relevan dengan konstruk atau variabel yang diteliti. Dengan demikian, uji validitas membantu peneliti untuk menentukan apakah alat yang digunakan benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan oleh konsep atau variabel yang sedang mereka teliti (Setiani & Mahargiyono, 2020:9). Dalam konteks penelitian ini, pengujian validitas sebagaimana dapat ditentukan dengan pedoman berikut:

1. Sebuah pernyataan tentang item variabel penelitian dianggap valid bila nilai r hitung mampu melewati nilai ambang batas yang tercantum dalam r tabel.

2. Sebuah pernyataan tentang item variabel penelitian dianggap tidak valid bila nilai r hitung tidak mencapai nilai ambang batas yang tercantum dalam r tabel.

Untuk mengevaluasi kevalidan suatu pernyataan, sangat diperlukan untuk memanfaatkan rumus yang tersedia di bawah ini:

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

Rumus 3.3 *Pearson Correlation*

Sumber: Sugiyono (2019:246)

Keterangan :

r_{xy} = Koefesiensi korelasi X dan Y

n = Jumlah responden

X = Skor tiap item

Y = Skor total

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu proses untuk mengukur sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan atau konsisten dalam memberikan hasil yang serupa dari waktu ke waktu. Dalam esensinya, uji ini menilai seberapa konsisten alat pengukur tersebut dalam mengukur suatu variabel atau fenomena tertentu. Jika hasil uji reliabilitas tinggi, itu berarti suatu alat pengukur dapat diandalkan untuk memberikan hasil yang konsisten, sedangkan jika hasilnya rendah, maka alat pengukur tersebut mungkin tidak konsisten dan dapat menghasilkan hasil yang bervariasi dari waktu ke waktu. Dengan demikian, uji reliabilitas adalah langkah penting dalam memvalidasi alat pengukur sebelum digunakan dalam penelitian atau pengukuran dalam konteks apapun (Setiani & Mahargiyono, 2020:9). Evaluasi dalam pengujian reliabilitas dapat dipandu dengan pedoman berikut:

1. Ketika nilai *Cronbach's Alpha* melewati batas 0,60, maka bisa disimpulkan bahwa instrumen penelitian dianggap *reliabel*.
2. Ketika nilai *Cronbach's Alpha* tidak mencapai 0,60, maka dapat dianggap bahwa instrumen penelitian tidak *reliabel*.

Untuk memastikan keandalan suatu pernyataan, sangatlah penting untuk melakukan evaluasi dengan rumus yang telah disediakan di bawah ini:

$$a = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{s_x^2 - \sum S_i^2}{s_x^2} \right) \quad \text{Rumus 3.4 Alpha Cronbach}$$

Sumber: Oktavianti & Hernisa (2022:3)

Keterangan:

a = Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

k = Jumlah item yang diuji

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian item

s_x^2 = Varian skor-skor tes

3.8.3 Uji Asusmsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah data dalam sebuah model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memastikan bahwa variabel independen, variabel dependen, atau keduanya memiliki distribusi yang mendekati normal. Ketika variabel tidak berdistribusi secara normal, hal ini dapat menyebabkan hasil uji statistik menjadi tidak akurat. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan dalam validitas kesimpulan yang dihasilkan dari analisis statistik, serta

meningkatkan risiko terjadinya kesalahan dalam interpretasi data (Alfiansyah & Cahyono, 2022:9). Dalam upaya memastikan kebernornalan dalam penelitian ini, dapat menerapkan dua metode grafik dan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Evaluasi yang dikaji pada uji normalitas sebagaimana dapat disajikan berikut:

1. Ketika titik-titik suatu data berada sejajar dengan garis diagonal atau memiliki bentuk yang menyerupai lonceng di tengah, hal tersebut menunjukkan bahwa distribusi data cenderung normal dalam kerangka model regresi.
2. Ketika terdapat titik-titik yang mengalami penyimpangan dari garis diagonal atau kurva yang menunjukkan ketidaknormalan distribusi, ini mengisyaratkan adanya ketidaksesuaian distribusi dengan model regresi.

Langkah-langkah untuk menerapkan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* sebagaimana dapat merujuk pada penyajian berikut:

1. Saat nilai signifikansi yang diperoleh dari uji *Kolmogorov-Smirnov* melewati dari 0,05, maka diperkirakan data tersebut mengikuti distribusi normal.
2. Saat nilai signifikansi yang dihasilkan dari uji *Kolmogorov-Smirnov* kurang dari 0,05, diperkirakan bahwa data tersebut tidak mengikuti distribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu teknik yang sangat penting dalam mengevaluasi tingkat korelasi antara variabel independen dalam sebuah model regresi. Dengan menggunakan teknik ini, dapat diidentifikasi sejauh mana suatu hubungan antara berbagai variabel independen dalam model tersebut. Tujuan utamanya adalah untuk menentukan apakah ada masalah multikolinearitas, di mana variabel independen saling berkorelasi secara signifikan satu sama lain.

Kemudian, hal ini dapat memengaruhi interpretasi hasil regresi dan dapat dengan mengurangi keandalan model. Jadi, uji multikolinearitas bukan hanya suatu alat evaluasi, tetapi juga langkah penting dalam memastikan keandalan model regresi (Alfiansyah & Cahyono, 2022:9). Evaluasi dalam pengujian ini sebagaimana dapat mengikuti pedoman yang telah tersedia dengan uraian berikut:

1. Saat nilai *tolerance* melebihi 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10,00, tidak ada tanda-tanda multikolinearitas.
2. Saat nilai *tolerance* tidak mencapai 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) melewati 10,00, itu menunjukkan adanya indikasi multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi apakah ada variasi yang tidak konsisten dalam sisa-sisa varians antara pengamatan dalam suatu model regresi. Dalam esensinya, tujuannya adalah untuk menentukan apakah varians sisa tetap stabil atau mengalami perubahan yang signifikan dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Jika perbedaan dalam varians sisa antar pengamatan relatif kecil, fenomena ini disebut homoskedastisitas. Namun, jika ada perbedaan dalam varians sisa dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, maka kondisi ini disebut heteroskedastisitas. Dengan menggunakan uji heteroskedastisitas, peneliti dapat menentukan apakah asumsi homoskedastisitas dalam model regresi terpenuhi atau tidak (Alfiansyah & Cahyono, 2022:9). Untuk mengevaluasi keberadaan heteroskedastisitas dalam data, langkah dapat diambil dengan memperhatikan *scatterplot* dan merujuk pada panduan berikut:

1. Jika pola yang terbentuk oleh titik-titik pada *scatterplot* dapat menunjukkan fluktuasi yang berulang dengan lebar dan sempit yang berubah-ubah, itu menunjukkan kemungkinan adanya heteroskedastisitas dalam data.
2. Jika tidak ada pola yang dapat dengan jelas diidentifikasi, dan titik-titik tersebar secara merata di sekitar garis nol pada sumbu Y, ini menunjukkan bahwa tidak ada bukti heteroskedastisitas dalam data tersebut.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah sebuah metode statistik yang berguna untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Teknik ini memungkinkan untuk dapat mengukur seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen tersebut terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dapat untuk mengevaluasi sejauh mana setiap variabel independen berkontribusi terhadap variasi dalam variabel dependen. Dengan demikian, teknik ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang kompleksitas hubungan antara variabel tersebut, membantu dalam membuat prediksi, dan mengidentifikasi faktor yang berpengaruh dalam mempengaruhi variabel dependen (Chintya & Rismawati, 2023:8). Sebuah persamaan telah dibentuk melalui analisis regresi linier berganda untuk merangkum temuan dari penelitian ini, seperti yang dijelaskan di bawah ini:

$$Y + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda

Sumber: Chintya & Rismawati (2023:8)

Keterangan:

Y	: Variabel keputusan pembelian
X1	: Variabel kualitas produk
X2	: Variabel citra merek
X3	: Variabel promosi
α	: Konstanta
b1- b2-b3	: Koefisien regresi
e	: <i>error</i>

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) merupakan sebuah metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi seberapa efektif suatu model dalam menjelaskan variasi yang diamati dalam variabel dependen. Dalam esensi, R^2 mengukur seberapa dekat hubungan antara variabel independen dan dependen dalam model statistik dengan distribusi data sebenarnya. Dengan demikian, R^2 dapat dianggap sebagai analisis kekuatan model, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model tersebut mampu memberikan penjelasan yang lebih baik terhadap variasi yang diamati dalam data. Dalam konteks praktis, interpretasi R^2 yang baik dapat menilai seberapa baik model tersebut cocok dengan data empiris yang mereka miliki, sehingga dapat membuat prediksi atau penaksiran yang relevan (Chintya & Rismawati, 2023:9). Dalam analisis ini, terdapat beberapa persyaratan yang perlu dipertimbangkan, seperti yang tercantum di bawah ini:

1. Saat R^2 mencapai 1, itu menunjukkan bahwasanya model telah memperjelas keseluruhan variasi yang ada dalam variabel dependen.

2. Saat R^2 mencapai 0, hal itu menunjukkan bahwasanya model tidak dapat menjelaskan variasi apapun dalam variabel dependen.

Dalam mengevaluasi analisis koefisien determinasi (R^2) dapat dengan menggunakan rumus yang tersedia di bawah ini:

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

Rumus 3.6 Koefisien Determinasi

Sumber: Oktavianti & Hernisa (2022:4)

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Uji t adalah sebuah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam sebuah penelitian. Dalam konteks ini, nilai t hitung digunakan untuk dibandingkan dengan nilai-nilai yang tercantum dalam t tabel, terutama pada tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, biasanya pada tingkat 5% atau 0,05. Tingkat signifikansi ini memberikan batasan yang menandai hasil yang dianggap signifikan secara statistik, yang memungkinkan peneliti untuk membuat kesimpulan yang substansial mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Pangestu & Yahya, 2023:10). Pedoman untuk interpretasi uji t dapat disampaikan melalui kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung melebihi nilai dari t tabel, dan tingkat signifikansi yang terkait kurang dari 0,05, maka hipotesis penelitian dapat diterima. Hasil ini

menunjukkan bahwa, secara parsial, variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai t hitung tidak melebihi nilai dari t tabel, dan tingkat signifikansi yang terkait di atas dari 0,05, maka hipotesis penelitian tidak dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa, secara parsial, variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menilai uji secara parsial, dapat melakukan evaluasi dengan memanfaatkan rumus yang telah diberikan di bawah ini:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3.7 Uji t

Sumber: Sugiyono (2019:248)

Keterangan :

r = Koefien korelasi

n = Jumlah Sampel

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji F adalah suatu teknik statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara bersamaan antara variabel independen dan variabel dependen dalam suatu penelitian. Dalam proses pengujian ini, nilai f hitung dari data akan dibandingkan dengan nilai-nilai yang terdaftar dalam f tabel. Hal ini umumnya dilakukan pada tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, biasanya pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Tingkat signifikansi ini berperan sebagai suatu ambang batas yang menunjukkan hasil yang dianggap penting secara statistik, yang sangat diperlukan untuk

membuat kesimpulan mengenai pengaruh bersama-sama dari variabel yang sedang diteliti (Pangestu & Yahya, 2023:10). Untuk dapat memandu proses dalam pengujian ini, pedoman yang perlu diperhatikan sebagaimana dapat di uraikan berikut:

1. Jika nilai f hitung melebihi nilai f tabel dan tingkat signifikansi yang terkait kurang dari 0,05, maka hipotesis penelitian dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai f hitung tidak melebihi nilai f tabel dan tingkat signifikansi yang terkait di atas dari 0,05, maka hipotesis penelitian tidak dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menilai uji secara dimultan, dapat melakukan evaluasi dengan memanfaatkan rumus yang telah diberikan 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 independen

n = Jumlah anggota sampel