

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang dapat digunakan dalam studi ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pemilihan pendekatan deskriptif bertujuan untuk menyelidiki secara menyeluruh dan komprehensif dinamika yang mendasari skenario yang diteliti. Peneliti melakukan tinjauan terhadap literatur yang ada untuk memperkaya proses analitis, sehingga membangun landasan yang kuat untuk memperoleh wawasan yang konklusif. Secara khusus, dalam penelitian yang berfokus pada Zalora di Kota Batam, pendekatan deskriptif digunakan untuk menguji pengaruh *brand ambassador*, *brand image* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian konsumen. Kerangka metodologis ini didukung oleh filosofi positivis, yang menekankan penggunaan metode kuantitatif untuk menyelidiki sampel. Proses pengumpulan data menggunakan instrumen yang dirancang untuk mengumpulkan informasi terkait, sedangkan analisis selanjutnya menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2019).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat yang diadopsi dalam penelitian ini menekankan konsep replikasi, yang berarti mereproduksi riset sebelumnya secara cermat dengan memastikan konsistensi antar variabel, indikator, subjek penelitian, dan metode analisis. Pendekatan ini berfungsi untuk memvalidasi dan mengembangkan temuan yang ada dengan cara yang ketat. Namun perbedaan yang mencolok dari penelitian ini terletak pada cakupan temporalnya serta dalam objek yang dikaji.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dipusatkan di Kota Batam, sebuah pusat perkotaan yang ramai dan dikenal dengan lanskap konsumennya yang dinamis. Penelitian ini secara khusus akan menyorot individu yang merupakan pengguna setia aplikasi Zalora, sebuah platform populer untuk belanja *online*.

3.3.2 Periode Penelitian

Proyek penelitian ini dijadwalkan akan dimulai pada bulan Maret 2024 dan diharapkan selesai pada bulan Juli 2024. Pada awalnya, fokusnya adalah pada penyelesaian judul riset, sebuah langkah awal yang penting dalam menentukan arah proyek. Untuk informasi lebih rinci mengenai tahapan dan kegiatan spesifik dalam periode penelitian ini, silakan simak uraian berikut:

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
Pengajuan judul		■																		
Pendahuluan			■	■																
Kajian Teori					■	■	■													
Metode Penelitian									■	■	■									
Penyebaran dan penyusunan kuesioner													■	■						
Pengolahan Data														■	■					
Hasil dan Pembahasan																	■	■		
Simpulan dan Saran																	■	■	■	■

Sumber: Data Penelitian (2024)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan suatu kumpulan entitas atau individu yang luas dan beragam yang dapat menunjukkan karakteristik spesifik dan telah ditentukan sebelumnya. Pertemuan inklusif ini berfungsi sebagai wadah dasar pengumpulan data secara sistematis, sehingga memungkinkan pemeriksaan menyeluruh dan ekstraksi wawasan yang bermakna. Dengan mencakup spektrum elemen yang luas mulai dari manusia dan objek hingga fenomena, populasi membentuk kerangka komprehensif yang penting untuk mengeksplorasi dan memahami berbagai dinamika dan perilaku. Para peneliti memanfaatkan kumpulan data yang luas ini untuk melakukan analisis yang cermat, memastikan bahwa temuan mereka tidak hanya kuat secara statistik tetapi juga dapat diterapkan dan berwawasan luas dalam cakupan penyelidikan yang lebih luas (Syahrulsyach & Budi, 2023). Riset ini akan berkonsentrasi pada individu yang telah menggunakan aplikasi Zalora di Kota Batam pada tahun 2024 sebagai populasi. Namun, jumlah spesifik orang dalam populasi tersebut tidak dapat ditentukan secara pasti.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel mengacu pada bagian yang mewujudkan kuantitas dan ciri-ciri populasi tertentu. Pendekatan ini sangat penting dalam penelitian ketika mempelajari populasi besar menjadi tidak praktis karena kendala seperti anggaran, personel, dan waktu. Dengan memilih sampel secara strategis, peneliti dapat secara efisien mengumpulkan data representatif yang mencerminkan populasi yang lebih luas. Metode ini tidak hanya memungkinkan cakupan studi lebih

mudah dikelola namun juga memfasilitasi generalisasi temuan ke seluruh populasi, sehingga meningkatkan keandalan dan penerapan hasil penelitian. Oleh karena itu, sampel berfungsi sebagai solusi praktis dan efektif bagi peneliti yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami beragam populasi dalam batasan yang realistis (Syahrulsyach & Budi, 2023). Karena ukuran pasti dari populasi tidak pasti, rumus *Lameshow* menawarkan metode untuk menghitung ukuran sampel yang diperlukan untuk tujuan estimasi, dengan penyajian berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Rumus 3.1 *Lameshow*

Sumber: Guslan & Yani (2021)

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

p = Estimator proporsi populasi karena data belum didapat, maka pakai $50\% = 0,5$

d = Interval/penyimpangan $10\% = 0,1$

q = 1-p

Dengan rumus yang telah dirinci sebelumnya di atas, maka dapat dihitung sesuai penjelasan berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,05(1-0,05)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

n = 96,04 = dibulatkan 100 responden

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel secara sengaja dengan berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel *purposive sampling* memungkinkan peneliti memilih partisipan yang memiliki sifat atau karakteristik tertentu yang dianggap penting untuk tujuan penelitian. Metode ini memastikan pendekatan pengumpulan data yang ditargetkan, meningkatkan relevansi dan kedalaman wawasan yang diperoleh. Oleh karena itu, *purposive sampling* memainkan peran penting dalam memastikan bahwa data yang dikumpulkan bersifat komprehensif dan selaras langsung dengan fokus penelitian, sehingga memperkuat validitas dan reliabilitas hasil riset secara keseluruhan (Nurhaida & Realize, 2023). Berbagai kriteria yang diacukan dalam pengambilan sampel dapat merujuk dengan rincian berikut:

1. Studi ini akan melibatkan para individu yang telah menyelesaikan transaksi pembelian menggunakan Zalora selama tahun 2024.
2. Studi ini akan berfokus pada responden yang minimal berusia 17 tahun.

3.5 Sumber Data

Riset yang dijalankan saat ini membutuhkan berbagai sumber data yang teruraikan dengan rincian berikut:

1. Data primer

Data primer merupakan hal mendasar dalam penelitian karena melibatkan pengumpulan informasi langsung dari sumber aslinya, yang disesuaikan untuk memenuhi tujuan spesifik penelitian atau penyelidikan. Proses pengumpulan

data ini memungkinkan peneliti memiliki kendali atas kualitas dan relevansi informasi yang mereka peroleh, memastikan informasi tersebut selaras dengan kebutuhan penelitian mereka. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan akurasi dan keandalan temuan penelitian tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti, menjadikan data primer sebagai landasan dalam penelitian empiris di berbagai disiplin ilmu.

2. Data sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang sebelumnya telah dikumpulkan, dicatat, dan disimpan oleh individu, organisasi, atau lembaga untuk tujuan selain penelitian atau analisis yang ada saat ini. Jenis data ini sering kali bersumber dari buku, jurnal yang diterbitkan dan data yang tersedia di *website*. Peneliti memanfaatkan data sekunder untuk mendapatkan wawasan tentang tren, pola, atau fenomena yang telah diamati atau didokumentasikan. Peneliti dapat menganalisis data sekunder untuk mengungkap korelasi, menguji hipotesis, atau merumuskan pertanyaan penelitian baru tanpa perlu melakukan pengumpulan data primer yang mahal dan memakan waktu.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam riset yang dijalankan saat ini, dapat terdiri dari berbagai metode dalam pengumpulan seperti yang tersedia berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner berfungsi sebagai alat sistematis dalam metodologi penelitian dan survei, yang dirancang secara strategis untuk memperoleh informasi rinci dari peserta. Konteks, ini terdiri dari serangkaian pertanyaan terstruktur yang

diformulasikan untuk mengeksplorasi dan menangkap beragam aspek seperti sikap, perilaku, preferensi, dan opini dalam demografi atau kelompok sasaran tertentu. Instrumen metodologis ini memainkan peran dalam mengumpulkan data komprehensif yang dianalisis oleh peneliti untuk melihat pola, tren, dan korelasi, sehingga memfasilitasi pengambilan keputusan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang subjek yang diselidiki. Untuk menilai reaksi para responden, kuesioner akan menggunakan skala *Likert*, suatu alat terstruktur yang memungkinkan responden mengartikulasikan sudut pandang berbagai dimensi dengan memberikan nilai numerik pada pernyataan yang diberikan. Skor penilaian yang dihasilkan dapat divisualisasikan secara efektif dengan rincian berikut:

Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusioner

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)

2. Studi literatur

Studi literatur merupakan pemeriksaan kritis dan sintesis sumber akademis dan ilmiah yang ada berkaitan dengan bidang penyelidikan yang dikaji. Investigasi sistematis ini melibatkan pengumpulan, analisis, dan interpretasi beragam karya yang diterbitkan secara cermat, termasuk artikel ilmiah, buku, dan sumber relevan lainnya. Tujuan utama melakukan studi literatur untuk membangun pemahaman komprehensif tentang lanskap pengetahuan terkini seputar topik atau pertanyaan penelitian yang dipilih. Dengan menggali teori,

kerangka konseptual, studi empiris, dan metodologi yang sudah mapan, peneliti dapat memperoleh wawasan berharga tentang dalam bidang studi. Selain itu, dapat membantu mengidentifikasi kesenjangan, inkonsistensi, atau permasalahan yang belum terselesaikan dalam kumpulan literatur yang ada.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen memiliki berbagai peran dan sering kali dicirikan sebagai variabel stimulus, prediktor, atau anteseden. Dalam konteks penelitian di Indonesia, variabel-variabel tersebut biasa disebut sebagai variabel bebas. Pada konteks ini, variabel sangat penting yang terletak pada kemampuannya dalam memberikan pengaruh atau memicu perubahan yang mengarah pada munculnya variabel-variabel terikat yang bergantung padanya (Febrianti & Utomo, 2023). Dalam penelitian ini, fokusnya secara khusus pada tiga variabel independen yakni *brand ambassador* (X1), *brand image* (X2) dan *product quality* (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat, yang juga disebut sebagai variabel keluaran, kriteria, atau konsekuensi, mempunyai arti penting sebagai variabel terikat dalam terminologi bahasa Indonesia. Hal ini, dapat dinyatakan sebagai variabel yang mewakili suatu bentuk variabel yang dipengaruhi atau berdiri sebagai hasil yang dihasilkan dari variabel independen dalam konteks penelitian. Dalam penelitian ini, variabel terikat menjadi sangat penting dalam analisis karena sifatnya yang responsif terhadap perubahan variabel bebas (Febrianti & Utomo, 2023). Secara khusus penelitian ini menekankan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	<i>Brand Ambassador</i> (X1)	<i>Brand ambassador</i> merupakan seseorang yang direkrut oleh suatu merek dengan tujuan untuk mewakili merek tersebut kepada khalayak tertentu (Mauludi <i>et al.</i> , 2023).	1. Transferensi 2. Kesesuaian 3. Kredibilitas 4. Appeal 5. Kekuatan	<i>Likert</i>
2	<i>Brand Image</i> (X2)	<i>Brand image</i> adalah gambaran keseluruhan yang terbentuk di pikiran konsumen sebagai hasil dari interaksi dengan merek (Wijaya & Annisa, 2020).	1. Citra pembuat 2. Citra pemakai 3. Citra produk	<i>Likert</i>
3	<i>Product Quality</i> (X3)	<i>Product quality</i> merupakan hasil dari keselarasan antara fitur-fitur yang dimiliki oleh produk dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya (Winardy <i>et al.</i> , 2021).	1. Kinerja 2. Keandalan 3. Ketahanan 4. Kenyamanan 5. Estetika	<i>Likert</i>
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap, di mana konsumen menjalani serangkaian proses untuk menentukan produk yang akan dibeli (Aldiesi & Wahyudin, 2024).	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Jumlah pembelian 4. Waktu pembelian	<i>Likert</i>

Sumber: Data Penelitian (2024)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah serangkaian teknik analisis yang dirancang untuk mengkarakterisasi dan menafsirkan data secara ringkas dalam sampel atau kumpulan data tertentu. Dalam hal ini, statistik deskriptif hanya berfokus pada merangkum dan mengatur suatu data untuk mengungkap pola dan sifat yang mendasarinya. Pengujian ini memiliki tujuan dalam memberikan ukuran tendensi sentral, seperti mean, median, dan mode, yang memberikan wawasan tentang nilai

tipikal atau rata-rata dari suatu kumpulan data. Selain itu, mengukur variabilitas melalui ukuran seperti rentang, varians, dan deviasi standar, dengan menyoroti penyebaran atau penyebaran titik data di sekitar tendensi sentral. Dengan menggunakan uji statistik deskriptif, analisis dapat secara efektif meningkatkan kumpulan data yang kompleks menjadi ringkasan yang dapat dikelola sehingga memfasilitasi interpretasi dan perbandingan (Sugiyono, 2019). Uji ini dapat dievaluasi dengan rumus yang dirinci berikut:

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: Sugiyono (2019)

Keterangan :

RS : Rentang skala

n : Jumlah responden

m : Jumlah *alternative* jawaban

Dengan pengkajian rumus yang tersedia di atas, dapat dihitung dengan rincian berikut:

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{(400)}{5}$$

$$RS = 80$$

Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	100 -180	Sangat Tidak Setuju
2	181-260	Tidak Setuju
3	261-340	Cukup Setuju
4	341-420	Setuju
5	421-500	Sangat Setuju

Sumber: Data Penelitian (2024)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan langkah esensial yang dilakukan dalam rangka penelitian dan evaluasi untuk memastikan bahwa alat pengukuran atau tes yang digunakan benar-benar dapat mengukur konsep yang ingin dievaluasi dengan tepat dan bermakna. Proses ini melibatkan serangkaian evaluasi dan pengujian yang sistematis terhadap konsistensi dan relevansi alat tersebut terhadap kerangka teoritis yang digunakan atau konsep yang hendak diuji. Dengan melakukan uji validitas secara cermat, peneliti dapat memverifikasi bahwa alat pengukuran atau tes tersebut tidak hanya sesuai dengan tujuan penelitian, tetapi juga dapat diterapkan secara efektif dalam konteks spesifik yang relevan. Dengan demikian, hasil dari uji validitas yang berhasil dapat menjadi dasar yang kuat dalam memastikan keakuratan hasil penelitian dalam mendorong pemahaman yang lebih baik terhadap fenomena yang diteliti (Angelina & Mashariono, 2020). Uji ini dapat dikaji dengan acuan yang tertera berikut:

1. Temuan riset dikatakan valid saat r hitung menghasilkan nilai yang melebihi nilai pada r tabel.
2. Temuan riset dikatakan tidak valid saat r hitung menghasilkan nilai yang tidak melebihi nilai pada r tabel.

Untuk mengkaji uji validitas sebagaimana dapat dievaluasi melalui rumus yang tertera berikut:

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

Rumus 3.3 *Pearson Correlation*

Sumber: Yonathan (2021)

Keterangan :

r_{xy} = Koefesiensi korelasi X dan Y

n = Jumlah responden

X = Skor tiap item

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses untuk mengukur seberapa konsisten dan dapat diandalkan suatu alat ukur atau instrumen pengukuran dalam menghasilkan hasil yang serupa jika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Dalam konteks penelitian, uji reliabilitas penting untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya. Hal ini membantu memastikan bahwa variabilitas atau kesalahan yang timbul dalam pengukuran dapat diminimalkan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid dan dapat diandalkan untuk mendukung temuan atau kesimpulan yang dibuat. Dengan melakukan uji reliabilitas secara cermat, dapat memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kepercayaan (Angelina & Mashariono, 2020). Uji ini dapat dievaluasi dengan pedoman berikut:

1. Temuan dapat dikatakan *reliabel* pada saat *cronbach's alpha* mempunyai nilai yang lebih dari 0,60.
2. Temuan dapat dikatakan tidak *reliabel* pada saat *cronbach's alpha* mempunyai nilai yang kurang dari 0,60.

Dalam mengevaluasi uji reliabilitas dapat dilaksanakan dengan rumus yang tertera di bawah ini:

$$a = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{s_x^2 - \sum S_i^2}{s_x^2} \right)$$

Rumus 3.4 *Alpha Cronbach*

Sumber: Yonathan (2021)

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 Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu metode yang digunakan untuk menilai apakah variabel-variabel dalam model regresi berdistribusi secara normal. Tujuan utama dari uji ini adalah untuk memvalidasi asumsi dasar dalam analisis regresi, yaitu bahwa variabel-variabel tersebut harus terdistribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka diperlukan tindakan korektif, seperti penerapan transformasi data atau metode perbaikan lainnya, sebelum melanjutkan analisis lebih lanjut. Hal ini penting untuk memastikan akurasi hasil analisis regresi yang dilakukan (Syahrulsyach & Budi, 2023). Untuk dapat memastikan normalitas data, penelitian ini menggunakan dua pendekatan berbeda yakni melalui metode grafik dan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Evaluasi dilakukan berdasarkan kriteria berikut:

1. Suatu pola yang telah menunjukkan pola sejajar dengan garis diagonal atau berbentuk lonceng simetris di tengahnya menunjukkan distribusi data normal dalam konteks model regresi.
2. Suatu pola yang menunjukkan penyimpangan dari garis diagonal atau kurva tidak berbentuk lonceng menunjukkan kelainan distribusi.

Untuk melakukan pengujian *Kolmogorov-Smirnov*, pedoman berikut diterapkan:

1. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan melebihi 0,05 berarti data sesuai dengan distribusi normal.
2. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari atau sama dengan 0,05 berarti data tidak berdistribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah langkah yang sangat penting dalam analisis regresi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa variabel-variabel independen dalam model regresi tidak memiliki hubungan linier yang terlalu kuat satu sama lain. Jika terjadi multikolinearitas yang tinggi, variabel-variabel independen tersebut akan memiliki korelasi yang sangat tinggi. Hal ini menyulitkan untuk menentukan pengaruh individual dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Ketika multikolinearitas tinggi terjadi, kestabilan estimasi koefisien regresi dapat terganggu. Koefisien regresi menjadi tidak stabil dan bisa dapat memberikan hasil yang tidak akurat atau menyesatkan. Akibatnya, interpretasi model regresi menjadi tidak tepat, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan atau kesimpulan yang diambil berdasarkan analisis tersebut (Irawan &

Yulianto, 2022). Untuk mengevaluasi pengujian ini diperlukan suatu acuan yang dipaparkan berikut:

1. Tidak terjadi bukti multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10,00 dan nilai *tolerance* lebih dari ambang batas minimal 0,10.
2. Multikolinearitas terjadi ketika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari nilai ambang batas 0,10.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah proses untuk mendeteksi apakah variabilitas residual dalam sebuah model regresi bersifat tidak konstan sepanjang pengamatan. Kondisi ini bertentangan dengan asumsi homoskedastisitas, yang menyatakan bahwa varians residual harus tetap atau homogen untuk semua nilai variabel independen. Pelaksanaan uji heteroskedastisitas sangat penting dalam analisis regresi karena keberadaan heteroskedastisitas dapat menyebabkan estimasi koefisien regresi menjadi tidak efisien dan mengurangi validitas hasil uji statistik. Ketidakteraturan dalam variabilitas pengukuran dapat menyebabkan beberapa pengamatan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan yang lain, sehingga berpotensi menghasilkan kesimpulan yang menyesatkan (Syahrulsyach & Budi, 2023). Untuk melakukan pengujian menggunakan *scatterplot* dan menentukan apakah terdapat heteroskedastisitas atau tidak, dengan acuan berikut:

1. Heteroskedastisitas terjadi dalam data dapat disimpulkan dari pola *scatterplot* dimana titik-titiknya melebar dan menyempit secara berkala.
2. Heteroskedastisitas tidak terdapat dalam data jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik sumbu Y tersebar secara seragam di sekitar angka nol.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan hubungan antara satu variabel dependen dan beberapa variabel independen. Dalam teknik ini, dibuat sebuah persamaan linier yang menggambarkan bagaimana variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen tersebut. Persamaan ini tidak hanya memungkinkan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui, tetapi juga membantu dalam mengidentifikasi variabel independen mana yang memiliki pengaruh signifikan. Selain itu, analisis ini memberikan informasi tentang seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga bisa lebih memahami dinamika hubungan antar variabel dalam suatu data yang dianalisis (Febrianti & Utomo, 2023). Untuk melaksanakan analisis ini diperlukan persamaan yang disajikan berikut:

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

Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda

Sumber: Febrianti & Utomo (2023)

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X1 = *Brand ambassador*

X2 = *Brand image*

X3 = *Product quality*

b1 b2b3 = Koefisien Regresi

e = Eror

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) merupakan salah satu teknik statistik yang penting dalam evaluasi model regresi. Metode ini memberikan gambaran tentang sejauh mana model regresi dapat menjelaskan variasi yang terdapat dalam data yang dianalisis. Secara konseptual, nilai R^2 yang mendekati 1 menandakan bahwa model regresi mampu menjelaskan sebagian besar variasi yang ada dalam data, sehingga cocok atau sesuai dengan pola hubungan yang diobservasi di antara variabel-variabel yang terlibat. Dengan demikian, interpretasi nilai R^2 yang tinggi mengindikasikan bahwa model tersebut memiliki keakuratan yang tinggi dalam memprediksi atau menjelaskan perilaku data yang sebenarnya. Penggunaan R^2 dalam analisis regresi menjadi krusial dalam mengevaluasi kecocokan model terhadap data empiris, sehingga memberikan landasan dalam pengambilan keputusan berbasis data dan pengembangan model efektif (Febrianti & Utomo, 2023). Berikut dua pertimbangan yang perlu diingat saat menghitung nilai R^2 :

1. Skor R^2 yang tinggi menunjukkan bahwa model tersebut mampu menjelaskan varians variabel dependen dengan baik.
2. Model gagal menjelaskan secara memadai fluktuasi variabel terikat jika nilai R^2 mendekati 0.

Evaluasi terhadap analisis tersebut dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Rumus 3.6 Koefisien Determinasi

Sumber: Yonathan (2021)

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Uji t mengacu pada metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kontribusi atau pengaruh dari satu variabel atau faktor secara terpisah dalam suatu hipotesis. Dalam konteks analisis statistik, ini sering dilakukan untuk memahami sejauh mana variabel tersebut mempengaruhi hasil akhir atau variabel yang ingin diprediksi, tanpa mempertimbangkan efek dari variabel lain yang ada dalam model yang sama. Proses ini sangat penting karena untuk mengidentifikasi dan memahami kontribusi masing-masing faktor secara terisolasi, yang dapat untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana variabel tersebut mempengaruhi fenomena yang diamati (Angelina & Mashariono, 2020). Presentasi berikut memberikan beberapa tip berguna untuk memahami hasil uji t:

1. Hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen terjadi ketika nilai t hitung melebihi dari nilai prediksi distribusi t tabel dan ambang signifikansinya lebih rendah dari 0,05.
2. Variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai t hitung tidak melebihi nilai yang termasuk dalam distribusi t tabel dan ambang signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Evaluasi terhadap uji t tersebut dapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Rumus 3.7 Uji t

Sumber: Sugiyono (2019)

Keterangan :

r = Koefien korelasi

n = Jumlah Sampel

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji F mengacu pada pengujian hipotesis yang dilakukan secara bersamaan terhadap beberapa variabel atau parameter dalam suatu model statistik. Konteks ini berarti menguji apakah sekumpulan variabel bekerja secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel lainnya, tanpa mempertimbangkan pengaruh individu dari masing-masing variabel tersebut. Secara lebih teknis, uji simultan sering kali dilakukan dalam konteks analisis regresi, di mana ingin mengetahui apakah sekelompok variabel independen secara bersama-sama signifikan dalam memprediksi variabel dependen. Proses ini melibatkan pengujian hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada efek secara simultan dari kelompok variabel independen tersebut terhadap variabel dependen, terhadap hipotesis alternatif bahwa setidaknya satu variabel independen berpengaruh secara simultan (Irawan & Yulianto, 2022). Untuk melakukan penilaian ini, dapat merujuk pada petunjuk berikut:

1. Nilai f hitung yang ditentukan melebihi nilai distribusi f tabel dan tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa faktor-faktor independen secara kolektif mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen.

2. Faktor-faktor independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai f hitung lebih kecil dari nilai distribusi f tabel dan ambang batas signifikansinya kurang dari 0,05.

Evaluasi terhadap uji F tersebut dapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Rumus 3.8 Uji f

Sumber: Sugiyono (2019)

Keterangan :

R² = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel