

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan asosiatif ini merujuk pada metode yang dirancang untuk menyelidiki hubungan antara dua variabel atau lebih dengan tujuan menganalisis korelasi atau pola yang mungkin terjadi di antara variabel tersebut (Sugiyono, 2019:37). Dalam konteks penelitian ini, pendekatan asosiatif diterapkan untuk mengeksplorasi pengaruh media sosial, kepercayaan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Pendekatan kuantitatif yang mengikuti prinsip positivisme digunakan untuk memeriksa aspek demografi atau kelompok sampel khusus. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang telah disusun dengan teliti, yang selanjutnya digunakan dalam analisis kuantitatif atau statistik. Fokus utamanya adalah untuk menguji hipotesis secara empiris dengan tujuan menjelaskan fenomena yang mendasarinya (Sugiyono, 2019:17).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari studi yang telah dilakukan sebelumnya oleh Humairah & Haryanti (2021) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Yuikaa Shop Bima”. Dalam hal ini, replikasi mengacu pada upaya untuk mengulang kembali dengan melakukan pendekatan yang serupa terhadap variabel-variabel utama seperti media sosial, kepercayaan konsumen, dan keputusan.

pembelian. Namun, untuk membuat penelitian ini lebih mendalam dan spesifik, dapat menambahkan variabel bebas, yaitu citra merek. Penambahan variabel ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama dalam konteks pengaruh media sosial dan tingkat kepercayaan terhadap merek. Perbedaan utama antara penelitian ini dengan studi sebelumnya terletak pada objek penelitian dan jangka waktu pelaksanaannya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Fokus dari penelitian ini akan difokuskan pada Kota Batam pada tahun 2024, yang akan dijadikan sebagai pusat penelitian. Dalam penelitian ini akan mengeksplorasi secara mendalam aktivitas *e-commerce* Bukalapak, dengan berfokus pada individu-individu yang secara aktif terlibat dalam ekosistem tersebut di wilayah tersebut.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dimulai pada bulan Maret 2024 dan direncanakan akan berlangsung hingga Juli 2024. Tahapan awal penelitian dimulai dengan proses pengajuan judul studi, di mana tim peneliti mengidentifikasi masalah penelitian dan merumuskan tujuan studi secara detail. Setelah itu, memulai pengumpulan data melalui berbagai metode penelitian terhadap subjek yang relevan dengan topik penelitian. Selama periode ini, hasil temuan awal dapat menjadi dasar untuk mengarahkan arah lebih lanjut dari penelitian. Untuk lebih rinci, berikut adalah uraian mengenai periode pelaksanaan penelitian:

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 & Penyusunan Kuesioner													■	■						
Pengolahan Data														■	■					
Pembahasan dan Kesimpulan																	■	■		
Pengumpulan Hasil Penelitian																	■	■	■	■

Sumber: Data Penelitian (2024)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merujuk pada sekelompok subjek atau entitas yang didefinisikan oleh atribut-atribut tertentu yang ditentukan oleh seorang peneliti untuk keperluan penyelidikan. Tujuannya adalah untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat diaplikasikan secara umum. Dalam konteks penelitian, populasi dapat mencakup individu, kelompok, atau entitas lain yang menjadi fokus penelitian. Oleh karena itu, peneliti harus mempertimbangkan dengan cermat karakteristik populasi serta tujuan dari penelitian tersebut sebelum memilih sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2019:127). Kelompok populasi yang akan menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini adalah individu yang telah menggunakan atau

yang telah membeli suatu produk melalui *e-commerce* Bukalapak di Kota Batam pada tahun 2024, dimana jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merujuk pada bagian-bagian yang mencerminkan jumlah dan sifat-sifat dari suatu kelompok populasi yang spesifik. Ketika penelitian harus dilakukan pada suatu populasi yang sangat besar sehingga tidak mungkin diteliti secara menyeluruh karena keterbatasan sumber daya seperti anggaran, tenaga, dan waktu, maka penggunaan sampel dari populasi tersebut menjadi solusi yang tepat. Proses ini melibatkan pemilihan sejumlah individu dari populasi yang lebih besar untuk mewakili keseluruhan kelompok tersebut. Dengan mengadopsi hal ini, dapat mengatasi hambatan yang diakibatkan oleh populasi yang besar sehingga penelitian dapat dilakukan dengan secara efisien (Wijaya & Annisa, 2020:29). Dengan mempertimbangkan bahwa jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti, maka dalam menentukan sampel, metode yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan rumus Jacob Cohen seperti yang disajikan di bawah ini:

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

Rumus 3.1 Jacob Cohen

Sumber: Nurhaida & Realize (2023:913)

Keterangan:

N = Ukuran Sampel

F^2 = Effect Size (0,1)

u = Banyaknya ubahan yang terkait pada penelitian

L = Fungsi power dari u , hasil table power = 0,95 diperoleh table t.s = 1%

Seperti yang terdapat dalam rumus, sampel dapat diambil dengan harga L tabel ($t.s=1\%$)=0,95, dan nilai u sebesar 19,76. Dengan menggunakan rumus tersebut, peneliti memiliki kemampuan untuk melakukan perhitungan guna menentukan ukuran sampel, sebagaimana yang terdapat di bawah ini:

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

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

$$N = 203,6 = 204$$

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* yang akan digunakan dalam studi ini dikenal sebagai teknik *purposive sampling*, merupakan suatu proses pemilihan sampel dengan didasari pertimbangan dan kriteria tertentu untuk menentukan jumlah sampel yang diinginkan untuk penelitian. Dengan metode ini, peneliti memiliki fleksibilitas untuk secara sengaja memilih partisipan atau elemen yang sesuai dengan tujuan penelitian. Melalui teknik *purposive sampling*, peneliti dapat memilih partisipan atau elemen yang dianggap paling penting atau representatif untuk studi. Dengan demikian, proses ini dapat mengumpulkan data yang lebih fokus dan relevan dengan tujuan penelitian, serta memaksimalkan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2019:128). Maka dari itu, untuk memastikan ketepatan dalam pengambilan sampel untuk penelitian ini, garis besar dari kriteria yang akan diterapkan dapat disampaikan di bawah ini:

1. Responden yang terlibat telah menggunakan atau melakukan transaksi dua kali atau lebih melalui *e-commerce* Bukalapak selama tahun 2024.

2. Responden yang terlibat akan difokuskan pada usia 17 tahun atau lebih.

3.5 Sumber Data

Sumber data untuk studi yang sedang berlangsung saat ini dapat disajikan dengan cara berikut:

1. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh langsung dari sumber aslinya, biasanya di sekitar lokasi penelitian atau berkaitan dengan subjek penelitian. Dalam konteks penelitian spesifik ini, data primer diperoleh melalui eksplorasi langsung yang melibatkan prosedur pengumpulan data. Proses ini mencakup penyebaran kuesioner secara langsung kepada sumber-sumber yang relevan, memungkinkan pendekatan baik langsung maupun tidak langsung dalam pengumpulan informasi. Dengan menggunakan metode ini, penelitian dapat memastikan representasi data yang komprehensif dan otentik.

2. Data Sekunder

Data sekunder meliputi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, dan salah satu kategori penting di antaranya adalah data pelengkap. Dalam lingkup penelitian ini, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk penarikan kesimpulan dan wawasan dari berbagai referensi, literatur, serta analisis dokumen. Pendekatan ini melibatkan penggalian buku, jurnal ilmiah, serta data yang diambil dari situs web yang relevan dengan judul penelitian. Dengan memanfaatkan pengetahuan yang ada, kajian dapat membangun perspektif yang komprehensif dan terinformasi. Data sekunder memperkaya pemahaman serta memberikan landasan yang kuat bagi penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang bisa diterapkan untuk studi saat ini dapat dijelaskan sebagaimana dengan cakupan berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menghimpun informasi, dimana individu diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Dalam konteks penelitian ini, kuesioner akan menjadi instrumen utama untuk mengumpulkan data yang secara khusus dirancang untuk pengguna atau konsumen *e-commerce* Bukalapak pada tahun 2024. Kuesioner ini akan memanfaatkan skala *Likert* sebagai alat pengukuran, yang memungkinkan responden untuk menyatakan pendapat dan preferensi mereka terhadap berbagai aspek yang terkait dengan pengalaman dalam menggunakan *e-commerce* Bukalapak. Dalam untuk menilai kuesioner yang dapat diberikan kepada responden sebagaimana dapat mencakup penilaian 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 (2019:147)

2. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan rangkaian proses yang melibatkan pengambilan informasi dari berbagai sumber perpustakaan, analisis mendalam terhadap materi yang disediakan, dan penyerapan konten penelitian dengan cara yang terorganisir. Tahapan kompleks ini mencakup pengumpulan data serta dapat

evaluasi yang seksama terhadap karya-karya yang relevan, ekstraksi informasi penting melalui pembacaan yang teliti, dan pengaturan yang sistematis dari bahan-bahan yang diperoleh. Melakukan studi pustaka dapat membutuhkan pendekatan yang menyeluruh, di mana peneliti menggunakan berbagai teknik untuk mengakses, memahami, dan dapat mengelola informasi dengan tujuan meningkatkan kedalaman penelitian secara keseluruhan.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau anteseden, dan dalam bahasa Indonesia sering kali disebut sebagai variabel bebas. Dalam sebuah penelitian, variabel bebas memegang peranan penting sebagai faktor yang mempengaruhi atau mengawali perubahan, sehingga membawa dampak terhadap perkembangan atau perubahan variabel terikat (Sugiyono, 2019:69). Dalam lingkup penelitian ini, variabel bebas yang dianalisis meliputi media sosial (X1), kepercayaan (X2), dan citra merek (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen yang sering disebut juga sebagai variabel keluaran, kriteria, atau konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia, istilah ini sering diidentifikasi sebagai variabel terikat. Dalam konteks ini, variabel dependen adalah ukuran atau hasil yang bergantung pada variabel bebas, sehingga perubahan dalam variabel bebas akan menciptakan perubahan dalam suatu variabel dependen (Sugiyono, 2019:69). Dalam konteks penelitian yang sedang dibahas variabel terikat dapat difokuskan pada variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Media sosial (X1)	Media sosial adalah <i>platform</i> komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi dalam berbagai format, seperti audio atau video (Piramita <i>et al.</i> , 2021:489).	1. Kemudahan 2. Kepercayaan 3. Kualitas informasi	<i>Likert</i>
2	Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah keyakinan yang dimiliki konsumen terhadap kualitas produk atau layanan serta integritas perusahaan yang menyediakannya (Merta <i>et al.</i> , 2022:247).	1. Kemampuan 2. Kebaikan hati 3. Integritas	<i>Likert</i>
3	Citra merek (X3)	Citra merek merujuk pada gambaran mental yang dibentuk oleh konsumen terhadap suatu merek (Badir & Andjarwati, 2020:26).	1. Citra pembuat 2. Citra pemakai 3. Citra produk	<i>Likert</i>
4	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tahapan yang kompleks dalam memilih barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen (Solihin <i>et al.</i> , 2021:263).	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	<i>Likert</i>

Sumber: Data Penelitian (2024)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah serangkaian instrumen analisis yang didesain untuk memeriksa dan menguraikan data yang terkumpul tanpa tujuan utama untuk membuat kesimpulan atau generalisasi yang luas. Aspek statistik ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang data melalui berbagai cara,

seperti tabel, grafik, diagram lingkaran, dan piktogram. Selain itu, uji statistik deskriptif juga dapat melibatkan penghitungan berbagai ukuran statistik seperti modus, median, mean, desil, deviasi standar, dan persentase. Dengan dapat menggunakan teknik analisis ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang karakteristik kumpulan data yang diteliti, membuka wawasan yang beragam tentang sifat dan distribusi data tersebut (Sugiyono, 2019:207).

Dalam riset ini untuk penerapan dapat dilalui dengan rumus di bawah ini:

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: Sugiyono (2019:207)

Keterangan :

RS : Rentang skala

n : Jumlah responden

m : Jumlah *alternative* jawaban

Untuk mengimplementasikan rumus yang telah disebutkan sebelumnya, langkah-langkah perhitungan dapat diuraikan dengan cakupan berikut:

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

$$RS = \frac{(816)}{5}$$

$$RS = 163,2$$

Tabel 3.4 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	Netral
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 sangat penting dalam mengevaluasi keefektifan serta ketepatan sebuah kuesioner dalam mengukur informasi yang dimaksud. Proses ini berfungsi sebagai mekanisme krusial untuk memastikan bahwa instrumen atau kuesioner tersebut dapat secara akurat mengukur aspek-aspek yang dituju. Ketika sebuah kuesioner berhasil melewati uji validitas, hal tersebut menunjukkan bahwasanya pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam instrumen tersebut berhasil dapat mencerminkan tujuan pengukuran yang telah ditetapkan (Ghofur & Lestariningsih, 2021:8). Untuk mengevaluasi uji validitas seringkali membutuhkan panduan di bawah ini:

1. Sebuah pernyataan tentang variabel penelitian akan dianggap valid jika r hitung melebihi nilai yang tercantum dalam t tabel.
2. Sebuah pernyataan tentang variabel penelitian akan dianggap tidak valid jika r hitung tidak melebihi nilai yang tercantum dalam t tabel.

Untuk dapat memperlakukan pengujian validitas, perlu dievaluasi dengan menggunakan formula yang disajikan 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 instrumen yang dapat digunakan untuk mengevaluasi seberapa konsisten suatu kuesioner dalam mengukur variabel atau konstruk yang sedang diselidiki. Hal ini membantu memberikan pemahaman tentang sejauh mana konsistensi dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Keandalan sebuah kuesioner dianggap terjamin ketika respon yang diberikan oleh responden menunjukkan stabilitas dan konsistensi yang berlangsung dalam rentang waktu yang cukup lama. Proses pengujian reliabilitas ini sangat penting karena memastikan bahwa kuesioner tersebut dapat diandalkan sebagai alat yang konsisten dan stabil dalam menangkap informasi yang diinginkan atau dalam mengukur variabel yang menjadi target penelitian (Ghofur & Lestariningsih, 2021:8). Penilaian pengujian reliabilitas sebagaimana dapat untuk memerlukan suatu panduan di bawah ini:

1. Saat nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60, ini menandakan bahwa instrumen penelitian tersebut dapat *reliabel*.
2. Saat nilai *Cronbach's Alpha* tidak melebihi 0,60, ini menandakan bahwa instrumen penelitian tersebut tidak dapat *reliabel*.

Untuk dapat memperlakukan pengujian reliabilitas, perlu dapat dievaluasi dengan menggunakan formula yang disajikan di bawah ini:

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

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 adalah suatu metode yang digunakan untuk menilai sebaran data yang terkait dengan variabel-variabel yang sedang diselidiki dalam suatu penelitian khusus. Proses statistik ini dilakukan dengan tujuan untuk memeriksa apakah distribusi data tersebut sesuai dengan distribusi normal, yang merupakan karakteristik penting dalam analisis statistik. Keberhasilan dalam memverifikasi bahwa data mengikuti pola distribusi normal dianggap sebagai indikasi yang baik, karena hal ini menegaskan bahwa data tersebut cocok untuk digunakan dalam konteks penelitian yang bersangkutan (Haqiqi & Khuzaini, 2020:11). Untuk memastikan kenormalan data, digunakan pendekatan grafik dan uji *Kolmogorov-Smirnov*, yang dievaluasi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika titik-titik data berada sejajar dengan garis diagonal atau membentuk pola yang menyerupai lonceng di tengah, hal ini menunjukkan bahwa distribusi data dalam model regresi adalah normal.
2. Jika titik-titik tersebut cenderung menyimpang dari garis diagonal atau kurva yang tidak normal, hal ini mengindikasikan ketidakteraturan distribusi, yang dapat menunjukkan ketidaknormalan data dalam model regresi.

Proses pengujian dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* memberikan panduan seperti cakupan di bawah ini:

1. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji *Kolmogorov-Smirnov* melebihi nilai 0,05, maka dapat data tersebut memiliki distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji *Kolmogorov-Smirnov* tidak melebihi nilai 0,05, maka dapat data tersebut tidak memiliki distribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah alat untuk mengevaluasi apakah model regresi mengidentifikasi adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang ideal seharusnya tidak dapat menunjukkan adanya korelasi antara variabel independennya. Untuk memastikan apakah multikolinearitas hadir atau tidak, pengujian *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance* dapat dilakukan. Dua metrik ini memberikan wawasan tentang sejauh mana variabel independen dalam model regresi saling terkait, yang dapat membantu memastikan keandalan dan keakuratan model dengan mengidentifikasi serta mengatasi potensi masalah terkait multikolinearitas (Haqiqi & Khuzaini, 2020:11). Pedoman dalam pengujian multikolinearitas dapat untuk diuraikan sebagai berikut:

1. Jika nilai *tolerance* melebihi 0,10 dan pada saat yang sama nilai VIF berada di bawah 10,00, maka tidak ada indikasi multikolinearitas.
2. Jika nilai *tolerance* tidak mencapai 0,10 dan pada saat yang sama nilai VIF melebihi 10,00, maka terdapat multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan dalam variasi antara residu dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Homoskedastisitas, di sisi lain, menunjukkan bahwa variasi dalam residu konsisten di seluruh pengamatan, sedangkan heteroskedastisitas menunjukkan adanya variasi yang berbeda-beda. Keberadaan heteroskedastisitas dapat mengurangi keandalan suatu model, sehingga model yang dapat diinginkan adalah yang tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sehingga memastikan bahwa variasi dalam residu seragam di berbagai pengamatan dalam analisis regresi (Haqiqi & Khuzaini, 2020:12). Untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas, diperlukan analisis pola tertentu yang dapat dilakukan melalui *scatterplot* dengan panduan berikut ini:

1. Ketika suatu titik-titik pada *scatterplot* membentuk pola yang terlihat seperti gelombang yang secara berulang melebar dan menyempit, hal ini menandakan adanya heteroskedastisitas.
2. Ketika tidak ada pola yang jelas terlihat, dan titik-titik tersebar secara merata di sekitar sumbu nol pada sumbu Y, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu pendekatan statistik yang digunakan untuk mengevaluasi dampak dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Metode ini bertujuan untuk memahami dan

mengukur hubungan yang ada antara variabel-variabel tersebut, serta untuk menilai seberapa besar kontribusi variabel independen dalam memprediksi nilai variabel dependen. Dengan menggunakan analisis ini, dapat dengan mengevaluasi kekuatan hubungan antar variabel-variabel tersebut dan memahami bagaimana perubahan dalam satu variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen, sehingga dapat untuk membuat suatu prediksi yang lebih akurat dan memahami dinamika di balik fenomena yang diamati (Ulumudin & Wahyuati, 2021:9). Persamaan pada regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat diungkapkan dalam bentuk sebagai berikut:

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

Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda

Sumber: Ulumudin & Wahyuati (2021:9)

Keterangan:

Y : Variabel keputusan pembelian

X1 : Variabel media sosial

X2 : Variabel kepercayaan

X3 : Variabel citra merek

α : Konstanta

b1- b2-b3 : Koefisien regresi

e : *error*

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif suatu model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. R^2 dapat berperan sebagai alat evaluasi yang dapat

untuk menilai sejauh mana model tersebut mampu memberikan penjelasan terhadap perubahan yang diamati pada variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kemampuan model dalam memberikan penjelasan yang akurat terhadap variasi dalam data. Rentang nilai koefisien determinasi berada antara 0 hingga 1, memberikan petunjuk tentang seberapa baik model dapat menjelaskan perubahan dalam variabel yang dapat dipengaruhi (Ulumudin & Wahyuati, 2021:10). Dua prinsip penting perlu diperhatikan terkait dengan nilai R^2 , yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika nilai R^2 mendekati 1, itu menandakan bahwa model memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.
2. Jika nilai R^2 mendekati 0, hal itu menunjukkan bahwa model tersebut tidak mampu memberikan penjelasan yang memadai terhadap variabel dependen.

Untuk dapat memperlakukan analisis ini, perlu dapat dievaluasi dengan menggunakan formula yang disajikan 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 merupakan sebuah alat statistik yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa signifikan pengaruh yang ditimbulkan oleh satu variabel independen

terhadap variabel dependen dalam sebuah penelitian. Dalam proses ini, nilai t hitung diukur dan dibandingkan dengan nilai kritis yang tertera dalam distribusi t tabel, khususnya pada tingkat signifikansi 0,05. Tingkat signifikansi ini dianggap sebagai batasan di mana hasil uji statistik dianggap signifikan secara matematis, untuk membuat suatu kesimpulan yang kuat mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam suatu konteks penelitian (Maskur & Lestaringingsih, 2022:10). Untuk memahami hasil uji t dengan lebih baik, berikut adalah panduan interpretasi yang dapat diikuti:

1. Apabila nilai t hitung melampaui nilai yang tercantum dalam t tabel, dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai t hitung tidak dapat melebihi nilai yang tercantum dalam t tabel, dan tingkat signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk dapat memperlakukan uji t , perlu dievaluasi dengan menggunakan formula yang disajikan di bawah ini:

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

Sumber: Sugiyono (2019:248)

Keterangan :

r = Koefien korelasi

n = Jumlah Sampel