

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami dan menjelaskan pengaruh antara variabel kualitas produk, promosi media sosial, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian skincare Navagreen di Kota Batam. Menurut (Sugiyono, 2023) pendekatan ini menggunakan strategi asosiatif kuantitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel dengan menganalisis data dalam bentuk angka.

Metode yang digunakan mencakup survei, kuesioner, dan studi observasional. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang objektif dan terukur, sehingga dapat menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti secara akurat. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menguji hipotesis secara statistik untuk menentukan sejauh mana pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh bebas dari bias subjektif, serta dapat diuji ulang pada penelitian selanjutnya. Selain itu, analisis data kuantitatif membantu dalam mengidentifikasi pola dan tren yang relevan, memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen

dalam memilih produk skincare Navagreen. Pendekatan ini sangat tepat untuk menghasilkan rekomendasi berbasis data yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan daya saing di pasar.

3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah replikasi dari studi sebelumnya yang bertujuan untuk menguji kembali temuan sebelumnya dalam konteks baru, khususnya pada pengaruh kualitas produk, promosi media sosial, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian skincare Navagreen di Kota Batam. Replikasi ini dilakukan untuk mengonfirmasi, memperkuat, atau bahkan menantang hasil penelitian terdahulu, yang merupakan langkah penting untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan awal (Ahyar et al., 2020)

Penelitian ini mengacu pada studi sebelumnya oleh (Afif & Aswati, 2022) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen).” Dengan menggunakan desain dan metode yang serupa, penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk mengevaluasi pengaruh variabel terkait pada keputusan pembelian dalam konteks yang berbeda, yaitu produk skincare dan pasar lokal Kota Batam.

Replikasi ini memberikan peluang untuk mengidentifikasi potensi keterbatasan penelitian asli, seperti bias sampling atau jumlah sampel yang kecil,

dengan meningkatkan jumlah sampel dan memperbaiki metodologi pengumpulan data.

Selain itu, penelitian replikasi ini membantu memperluas wawasan baru terkait perilaku konsumen dalam industri skincare yang terus berkembang. Dengan mempertimbangkan faktor budaya dan preferensi lokal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan teori dan aplikasi praktis di industri skincare. Hal ini penting untuk mengidentifikasi tren baru dan perubahan dalam perilaku konsumen, sekaligus memastikan bahwa temuan-temuan sebelumnya tetap relevan dalam berbagai konteks.

3.3. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Adapun yang dimaksudkan dengan lokasi penelitian dapat didefinisikan sebagai suatu area, wilayah, ataupun alamat spesifik yang menjadi tempat dilaksanakannya kegiatan analisis dan penelaahan terhadap suatu permasalahan. Berdasarkan hal tersebut, maka lokasi yang telah ditetapkan untuk menjadi tempat dilangsungkannya penelitian yang diuraikan dalam tulisan ini adalah di wilayah Kota Batam.

3.3.2. Jadwal Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan penelitian ini telah dijadwalkan untuk dapat berlangsung dalam rentang waktu yang telah ditentukan, yakni dimulai semenjak tahap pengajuan judul yang direncanakan pada bulan September 2024, hingga

diakhiri pada tahap pengunggahan jurnal di bulan Februari 2025. Untuk memberikan gambaran yang lebih terperinci, rincian jadwal yang telah disusun untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan																			
		September 2024				November 2024				Desember 2024				Januari 2024				Februari 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penginputan judul																				
2.	Penyelesaian Proposal penelitian																				
3.	Penyusunan dan penyebaran Kuesioner																				
4.	Pengumpulan & olah data																				
5.	Perampungan Skripsi																				
6.	Pemberian Skripsi																				
7.	Upload Jurnal																				

Sumber : Peneliti, 2024

3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi

Penggunaan istilah populasi di dalam sebuah lingkup penelitian dapat dipahami sebagai suatu acuan terhadap sekumpulan individu, objek, maupun fenomena yang padanya dapat ditemukan satu atau beberapa ciri khas yang dinilai memiliki keterkaitan dengan perumusan masalah penelitian. Populasi tersebut merupakan himpunan yang hendak dijadikan subjek utama oleh pihak peneliti

serta diposisikan sebagai perwakilan dari keseluruhan kelompok yang nantinya akan dikenai generalisasi dari temuan penelitian (Olonite, 2022), Merujuk pada kerangka pemahaman tersebut, maka telah ditetapkan bahwa yang menjadi populasi di dalam pelaksanaan penelitian ini terdiri dari konsumen Naavagreen di kota Batam berjumlah 28898 tahun 2023 yang diketahui .

3.4.2. Teknik Sampling

Sampel adalah bagian representatif dari populasi yang lebih besar, yang dipilih untuk diteliti guna mendapatkan data yang relevan tanpa harus mempelajari keseluruhan populasi. Proses pengambilan sampel menjadi kunci dalam penelitian, karena membantu peneliti memperoleh informasi yang dapat digeneralisasi untuk populasi lebih luas dengan cara yang efisien dan praktis (Hikmawati, 2020). Sampel dirancang untuk mencerminkan karakteristik populasi, memungkinkan peneliti menyimpulkan hasil yang akurat dan dapat diandalkan.

Dalam penelitian ini, digunakan teknik *non-probability sampling*, sebagaimana dijelaskan oleh (Sugiyono, 2023), yaitu metode pengambilan sampel di mana tidak semua elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Secara khusus, penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*, yakni metode di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Purposive sampling adalah pendekatan non-probabilitas yang sering disebut juga sebagai *judgmental sampling*, di mana peneliti menentukan kriteria khusus

yang sesuai dengan fokus penelitian. Dalam konteks penelitian ini, kriteria yang digunakan melibatkan aspek-aspek seperti usia, jenis kelamin, tingkat penghasilan, atau tingkat pendidikan dan frekuensi kunjungan. Kriteria ini dipilih untuk mendapatkan wawasan lebih dalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen produk skincare Navagreen di Kota Batam.

3.4.3. Teknik Penentuan Besar Sampel

proses penetapan jumlah sampel dalam lingkup penelitian ini, akan dilakukan pengkalkulasian dengan merujuk pada formula Slovin. Dalam perhitungannya, telah ditetapkan suatu taraf kesalahan yakni sebesar 10% atau 0,1. Penggunaan pendekatan tersebut dimaksudkan untuk menjamin agar pemilihan setiap responden dapat dilaksanakan secara objektif dan tanpa keberpihakan, yang pada akhirnya diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap tingkat reliabilitas dan validitas dari temuan yang akan dihasilkan dalam penelitian ini. Sebagaimana yang dikutip dari (Astuti et al. 2023), perumusan matematis dari formula Slovin tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 Slovin

Keterangan:

N = Jumlah anggota populasi

n = Jumlah anggota sampel

e = Error level (tingkat kesalahan 10% atau 0,10)

Jadi total sampel dapat dihitung seperti berikut ini yaitu:

$$n = \frac{28898}{1 + 28898(0.10^2)}$$

$$n = \frac{28898}{1 + 288.98}$$

$$n = 99.66$$

Melalui penerapan formula Slovin yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hasil kalkulasi yang didapatkan menunjukkan bahwa jumlah sampel yang representatif untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden.

Penetapan sampel tersebut juga didasarkan pada serangkaian kriteria inklusi yang telah dirumuskan oleh pihak peneliti. Kriteria-kriteria yang dimaksudkan adalah sebagai berikut:

1. Merupakan konsumen produk atau layanan Naavagreen yang berdomisili di wilayah Kota Batam.
2. Telah mencapai usia minimum 18 tahun pada saat penelitian dilaksanakan.
3. Tercatat pernah melakukan sekurang-kurangnya satu kali transaksi pembelian atau kunjungan layanan di klinik Naavagreen selama periode tahun 2024

3.5. Sumber Data

Sumber data dalam studi ini berupa :

3.5.1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari tangan pertama oleh peneliti, dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik dari sebuah

penelitian. Data ini bersifat asli, tidak dipublikasikan sebelumnya, dan dikumpulkan untuk memberikan wawasan langsung terhadap fenomena yang sedang diteliti (Ahyar et al., 2020). Penggunaan sumber data primer sangat penting untuk memastikan keakuratan dan relevansi informasi dengan topik penelitian. Contoh sumber data primer meliputi beberapa metode berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner melibatkan penyusunan serangkaian pertanyaan standar yang diajukan kepada responden untuk mengumpulkan data mengenai sikap, pendapat, atau perilaku konsumen. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan informasi secara sistematis dalam jumlah besar dalam waktu singkat.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan langsung antara peneliti dan responden untuk memperoleh wawasan mendalam tentang pengalaman, pandangan, atau persepsi konsumen. Metode ini sering digunakan untuk menggali data yang lebih terperinci dan eksploratif.

3. Observasi

Melalui observasi, peneliti secara langsung mencatat perilaku atau aktivitas individu atau kelompok tertentu untuk memahami pola tindakan atau interaksi yang terjadi. Observasi sering digunakan dalam situasi di mana perilaku alami menjadi fokus utama penelitian.

4. Eksperimen

Eksperimen melibatkan pengujian hubungan sebab-akibat melalui manipulasi variabel independen dan pengukuran dampaknya terhadap variabel dependen. Metode ini cocok untuk memahami efek spesifik dari suatu intervensi atau kondisi.

5. Studi Kasus

Studi kasus dilakukan dengan meneliti secara mendalam satu individu, kelompok, atau kejadian tertentu untuk mendapatkan data yang rinci mengenai pengalaman atau karakteristik unik dari sampel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, kuesioner dipilih sebagai sumber data primer. Penyusunan kuesioner didasarkan pada indikator-indikator variabel penelitian dan disebarakan secara digital menggunakan Google Form. Metode ini mempermudah peneliti dalam menjangkau responden yang sesuai dan mengumpulkan data secara efisien

3.5.2. Sumber Data Sekunder

data sekunder dapat dipahami sebagai kumpulan data yang perolehannya tidak dilakukan secara langsung oleh pihak peneliti. Data tersebut pada hakikatnya merupakan hasil pengumpulan yang telah dilaksanakan oleh pihak lain untuk suatu kepentingan yang berbeda, namun kemudian dimanfaatkan kembali oleh peneliti sebagai bahan rujukan atau referensi dalam sebuah kajian.

Pemanfaatan sumber data semacam ini umumnya ditujukan untuk menjadi pelengkap bagi data primer atau difungsikan sebagai jawaban atas perumusan

masalah penelitian yang mana perolehannya tidak memungkinkan untuk dilakukan melalui proses pengumpulan data primer secara langsung (Ahyar et al., 2020). Terdapat beberapa wujud atau jenis dari sumber data sekunder yang lazim ditemui dalam berbagai kegiatan penelitian, di antaranya adalah sebagai berikut::

1. Kajian Pustaka

Merujuk pada buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan sumber tertulis lainnya yang menyediakan informasi serta data relevan yang mendukung penelitian.

2. Database Online

Basis data daring seperti sensus, laporan penelitian, atau arsip digital lainnya dapat memberikan akses ke sejumlah besar informasi yang relevan untuk dianalisis dalam konteks penelitian.

3. Media Sosial

Platform media sosial dan forum online menawarkan wawasan tentang pola perilaku, sikap, atau tren dalam masyarakat terkait topik penelitian tertentu. Dalam penelitian ini, kajian pustaka digunakan sebagai sumber data sekunder. Sumber tersebut mencakup buku, artikel jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan untuk mendukung landasan teoritis dan menjawab pertanyaan penelitian

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei dengan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data. Menurut (Hardani, 2023) kuesioner adalah perangkat yang berisi rangkaian pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada individu untuk mengumpulkan informasi tentang topik tertentu. Kuesioner merupakan metode umum untuk memperoleh data primer dari responden. Format kuesioner dapat bervariasi, seperti pertanyaan terbuka, pertanyaan tertutup, skala peringkat, dan skala Likert, tergantung pada kebutuhan data penelitian. Perancangan pertanyaan yang jelas dan tepat sangat penting untuk memastikan pemahaman responden, sehingga menghasilkan data yang akurat dan dapat diandalkan.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang berdasarkan indikator variabel penelitian. Kuesioner disebarkan kepada konsumen skincare Navagreen yang berdomisili di Kota Batam dan pernah melakukan pembelian. Pernyataan dalam kuesioner dirancang untuk mengeksplorasi pengaruh kualitas produk, promosi media sosial, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.

3.6.2. Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai metode pengukuran. Skala Likert merupakan skala peringkat yang sering digunakan dalam penelitian sosial untuk mengukur sikap, persepsi, atau opini individu terhadap suatu topik. Skala

ini menyajikan sejumlah pernyataan yang diikuti oleh pilihan jawaban seperti "sangat setuju," "setuju," "netral," "tidak setuju," dan "sangat tidak setuju." Penggunaan skala ini mendukung analisis yang mendalam terhadap data, memungkinkan perbandingan antara kelompok responden, serta memberikan wawasan yang relevan terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Keterangan Jawaban	Nilai/Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2018)

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Proses pemilihan variabel-variabel di dalam suatu penelitian pada umumnya didasarkan pada berbagai ciri atau atribut yang melekat pada objek yang dikaji. Selain itu, pertimbangan juga diarahkan pada jenis-jenis informasi yang diperlukan guna menarik suatu kesimpulan dari penelitian tersebut.

Secara konseptual, sebuah variabel dapat didefinisikan sebagai suatu atribut, sifat, ataupun nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki kemampuan untuk bervariasi antara satu individu dengan individu lainnya di dalam suatu kelompok yang tengah diamati (Tanzeh & Arikunto, 2020).

3.7.1. Variabel Bebas (Independen)

Merujuk pada pemaparan Sugiarto (2017), variabel independen dapat didefinisikan sebagai sebuah variabel yang perannya adalah untuk memberikan

pengaruh terhadap variabel lainnya. Dalam suatu kerangka hubungan sebab-akibat, variabel ini, yang juga dikenal dengan istilah variabel bebas, diposisikan sebagai faktor penyebab yang diasumsikan akan menimbulkan variasi atau perubahan pada variabel terikat (dependen)

3.7.1.1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan karakteristik yang menentukan kemampuan suatu produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat (Kotler & Armstrong, 2018).

3.7.1.2. Promosi Media Sosial

Word of Mouth (WOM) dapat dimaknai sebagai suatu ranah wacana yang diproduksi oleh konsumen, di mana muatan utamanya bersumber dari pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan kegiatan konsumsi yang telah mereka lalui. Wacana tersebut kemudian disosialisasikan dengan memanfaatkan beragam sarana digital, dengan penargetan komunikasi yang secara spesifik ditujukan kepada komunitas sesama konsumen (RW Ismail, 2020).

3.7.1.3. Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan yang terbangun ini akan memperkuat ikatan antara konsumen dan merek, mempengaruhi loyalitas, dan membantu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan (Tirtayasa et al., 2021).

3.7.2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel Variabel terikat adalah variabel yang mempengaruhi perubahan variabel bebas.(V. W. Sujarweni, 2020)

3.7.2.1. Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan yang mencakup penentuan untuk membeli atau tidak membeli sesuatu (Saputra, 2021)

Tabel 3.3 Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan karakteristik yang menentukan kemampuan suatu produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat (Kotler & Armstrong, 2018)	1. Kinerja 2. Estetika 3. Kesesuaian (Fitri Alamsyah, 2023)	Skala Likert
2	Promosi Media Sosial (X2)	Bentuk pemasaran langsung maupun tidak langsung untuk membangun kesadaran, pengakuan, dan tindakan terhadap merek, produk, atau individu melalui platform sosial seperti blog, microblog, dan jejaring sosial (RW Ismail, 2020)	1. Entertainment 2. Interaction 3. Trendness 4. Customization 5. Advertisement (Putra & Setiawan, 2021)	Skala Likert
3	Kepercayaan Konsumen (X3)	Kepercayaan yang terbangun ini akan memperkuat hubungan antara konsumen dan merek, mempengaruhi loyalitas, dan membantu perusahaan dalam	1. Keandalan 2. Kejujuran 3. Kepedulian 4. Kredibilitas (Laksana et al., 2024)	Skala Likert

		mempertahankan pelanggan (Tirtayasa et al., 2021)		
3	Keputusan Pembelian (Y)	proses pengambilan keputusan yang mencakup penentuan untuk membeli atau tidak membeli sesuatu (Saputra, 2021)	1. Keyakinan 2. Pengalaman 3. Rekomendasi 4. Pembelian Ulang	Skala Likert

Sumber: Peneliti, 2025

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Suatu metode analisis yang memiliki fungsi untuk memberikan gambaran atau deskripsi terhadap suatu himpunan data dikenal dengan istilah analisis deskriptif (Tanzeh & Arikunto, 2020). Tujuan utama dari penerapan analisis ini adalah agar karakterisasi informasi yang terkandung di dalam data dapat dilakukan secara komprehensif melalui penjabaran data tersebut dalam berbagai bentuk

$RS = \frac{n(m-1)}{m}$	Rumus 3.2 Rentang Skala
-------------------------	--------------------------------

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Besaran Sampel

m = Besaran alternative jawaban tiap item

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

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

$$RS = 80$$

Serangkaian perhitungan telah dilaksanakan dengan mendasarkan pada jumlah sampel sebanyak 100 responden dan jumlah opsi pilihan sebanyak 5 untuk setiap butir pernyataan. Melalui kalkulasi tersebut, diperoleh temuan *Range Scale* (RS) atau Rentang Skala dengan nilai sebesar 80. Sebagai tindak lanjut dari hasil perhitungan rentang skala tersebut, maka penyajian hasil akan ditampilkan dalam format tabel sebagaimana berikut.

Tabel 3.4 Rentang Skala

No.	Pernyataan	Skor Positif
1	100 - 180	Sangat Tidak Setuju
2	181 - 261	Tidak Setuju
3	262 - 342	Netral
4	343 - 423	Setuju
5	424 - 500	Sangat Setuju

Sumber : Peneliti, 2025

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Pelaksanaan uji validitas merupakan suatu tahapan esensial dalam sebuah proses penelitian. Pengujian ini dirancang dengan tujuan utama untuk melakukan evaluasi terhadap tingkat keakuratan dari suatu instrumen penelitian, yakni untuk menentukan apakah instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur konstruk yang semestinya diukur. Pada dasarnya, uji validitas berfungsi untuk memastikan bahwa data yang berhasil dikumpulkan memiliki sifat valid dan reliabel. Dengan demikian, temuan yang dihasilkan dari penelitian dapat dinilai

kredibel dan layak untuk dijadikan landasan dalam pengambilan keputusan ataupun perumusan rekomendasi (Sugiyono, 2018).

Sebuah butir pernyataan atau item di dalam suatu instrumen dapat dinyatakan valid apabila item tersebut terbukti mampu secara akurat mengukur konsep yang memang menjadi sasaran pengukurannya. Penilaian terhadap validitas item ini dapat ditempuh melalui beragam metode, salah satunya adalah dengan uji koefisien korelasi yang berfungsi untuk mengukur tingkat kekuatan hubungan antara skor item dengan skor totalnya. Dalam praktiknya, suatu item dianggap valid apabila nilai koefisien korelasi yang dihasilkan telah memenuhi batas signifikansi tertentu (misalnya, nilai minimal 0,05). Selain itu, validitas juga dapat ditentukan melalui perbandingan antara nilai *r*-hitung dengan *r*-tabel, di mana data akan bersifat valid jika nilai *r*-hitung yang diperoleh lebih besar daripada nilai *r*-tabel:

Rumus yang digunakan untuk uji validitas menggunakan Korelasi *Product*

Moment dari Karl Pearson, sebagai berikut :

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

Rumus 3.3 Rumus Uji Validitas

Sumber (Muzakki & Hakim, 2020)

Keterangan :

r_{xy} = Skor keseluruhan subjek item

x = total skor yang didapatkan dari keseluruhan item

y = Jumlah sampel

N = Koefisien korelasi

Proses pengujian validitas untuk setiap butir item dilaksanakan melalui suatu mekanisme perbandingan antara nilai koefisien korelasi atau r -hitung (dinotasikan sebagai r_{xy}) dengan nilai r -tabel. Nilai r -tabel ini sendiri ditentukan berdasarkan taraf signifikansi sebesar 5% serta mengacu pada derajat kebebasan (*degrees of freedom*, df) yang perhitungannya menggunakan rumus $n-2$.

Kriteria yang dijadikan landasan untuk pengambilan keputusan dalam uji ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Suatu butir item akan dinyatakan valid apabila nilai r -hitung yang diperoleh menunjukkan angka positif, dan secara bersamaan besaran nilainya melampaui nilai r -tabel.
2. Sebaliknya, suatu butir item akan dinyatakan tidak valid apabila nilai r -hitung yang diperoleh menunjukkan angka negatif, serta besaran nilainya ditemukan lebih rendah dibandingkan dengan nilai r -tabel

3.8.2.2. Uji Reliabilitas Data

Pengujian reliabilitas dapat dimaknai sebagai suatu prosedur krusial yang dilaksanakan untuk mengukur tingkat konsistensi serta stabilitas dari suatu instrumen pengumpul data. Tujuan esensial dari pengujian ini adalah untuk menjamin bahwa instrumen yang digunakan—baik itu berupa survei, kuesioner, maupun alat ukur lainnya—mampu menghasilkan data yang ajek (konsisten) dan stabil. Dengan demikian, efek dari galat acak (*random error*) dapat diminimalisasi, sehingga data yang terkumpul dapat dipandang sebagai data yang andal dan tepercaya (W. Sujarweni, 2019).

Dalam penelitian ini, penentuan reliabilitas instrumen dilakukan dengan mengacu pada nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS. Suatu instrumen akan dikategorikan reliabel (andal) apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang ditunjukkan lebih besar dari 0,60. Sebaliknya, instrumen akan dikategorikan sebagai tidak reliabel jika nilai yang diperoleh lebih kecil dari 0,60

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan suatu prosedur pengujian statistis yang pelaksanaannya ditujukan untuk memverifikasi keterpenuhan sejumlah asumsi dasar pada suatu himpunan data, di antaranya adalah asumsi normalitas, homogenitas varians, dan independensi. Keterpenuhan asumsi-asumsi tersebut menjadi prasyarat fundamental sebelum dilaksanakannya berbagai metode analisis statistik inferensial tertentu, seperti misalnya uji-t, ANOVA, maupun analisis regresi.

Pengabaian terhadap prosedur uji asumsi klasik ini berpotensi menghasilkan penarikan kesimpulan yang keliru, yang pada gilirannya dapat menurunkan tingkat validitas serta akurasi dari analisis yang dilakukan. Oleh sebab itu, pelaksanaan uji ini menjadi penting karena melaluinya dapat diidentifikasi adanya potensi pelanggaran asumsi, sehingga tindakan-tindakan korektif, dapat segera ditempuh guna menjamin keabsahan hasil penelitian. (W. Sujarweni, 2019).

3.8.3.1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas merupakan suatu prosedur yang dijalankan dengan tujuan untuk mengevaluasi apakah sebaran data (*dataset*) mengikuti pola distribusi normal, yang secara visual dicirikan oleh bentuk kurva menyerupai lonceng. Keberadaan distribusi normal ini menjadi sebuah asumsi fundamental yang pemenuhannya disyaratkan dalam berbagai teknik analisis statistik. Apabila asumsi ini tidak terpenuhi, terdapat potensi bahwa hasil analisis yang didapatkan menjadi tidak akurat serta penarikan kesimpulan yang dilakukan menjadi keliru. Dalam praktiknya, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk pengujian ini, di antaranya adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan analisis P-P *Plot* (Kurniawan, 2018)

Pengambilan keputusan terkait normalitas sebaran data didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Sebaran data akan dikategorikan terdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05).
2. Sebaliknya, sebaran data akan dikategorikan tidak terdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05)

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dipahami sebagai suatu fenomena statistis di mana di dalam sebuah model regresi dapat ditemukan adanya korelasi yang terlampau tinggi di antara dua atau lebih variabel prediktor (variabel independen). Untuk

mendeteksi dan mengukur besaran dari fenomena tersebut, maka dilaksanakan suatu prosedur yang dikenal dengan uji multikolinearitas.

Penilaian terhadap ada atau tidaknya gejala multikolinearitas ini dapat dilakukan melalui beberapa metode. Dua pendekatan yang lazim digunakan adalah melalui evaluasi nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) (Kurniawan, 2018).. Kriteria pengambilan keputusan yang berlaku adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai VIF: Gejala multikolinearitas dapat terindikasi secara signifikan apabila nilai VIF yang diperoleh melampaui angka 10.
2. Berdasarkan nilai *Tolerance*: Suatu model regresi dinyatakan memiliki masalah multikolinearitas jika ditemukan nilai *Tolerance* yang lebih kecil dari 0,1, mengingat *Tolerance* pada dasarnya adalah kebalikan dari VIF.

3.8.3.3. Uji Heterokedastisitas

Istilah heteroskedastisitas dalam analisis statistika merujuk pada suatu kondisi di mana varians dari galat atau *error* pada sebuah model regresi ditemukan tidak memiliki sifat konstan di sepanjang rentang nilai variabel independen. Kemunculan masalah ini dapat dipicu oleh beragam faktor, yang di antaranya mencakup keberadaan data pencilan (*outlier*) atau adanya galat pengukuran. Apabila kondisi ini tidak ditangani, dapat terjadi estimasi koefisien regresi yang menjadi bias dan tidak efisien, yang pada gilirannya berimplikasi pada validitas proses inferensi statistis serta pengujian hipotesis.

Untuk melakukan deteksi terhadap gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah melalui analisis grafis dengan metode *scatterplot*. Pengambilan keputusan dari analisis grafis tersebut didasarkan pada pola sebaran titik-titik data sebagai berikut:

1. Kondisi Homoskedastisitas: Suatu model dapat dikatakan terbebas dari masalah heteroskedastisitas apabila tidak terbentuk pola yang jelas dan titik-titik data terlihat tersebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.
2. Kondisi Heteroskedastisitas: Sebaliknya, gejala heteroskedastisitas terindikasi hadir apabila titik-titik data terlihat menyebar dan berkumpul hingga membentuk suatu pola tertentu yang sistematis

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dapat dipahami sebagai suatu metode statistis yang pemanfaatannya ditujukan untuk melakukan pemodelan terhadap pola hubungan yang terjalin antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Melalui penerapan teknik ini, dapat diidentifikasi tingkat kemampuan dari serangkaian variabel independen dalam fungsinya untuk menjelaskan variasi yang terdapat pada variabel dependen.

Lebih lanjut, analisis terhadap hubungan antarvariabel ini juga memungkinkan dilakukannya proses prediksi terhadap nilai dari variabel

dependen, dengan mendasarkan pada nilai-nilai dari variabel independen yang telah diketahui. (Priyastama, 2017). Rumus persamaan linier berganda ialah:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + \dots$$

Rumus 3.4 Regresi linier Berganda

Sumber: (Kurniawan, 2018)

Penjelasan:

Y = Besaran Variabel dependen

a = Koefisien Konstanta

b = Nilai koefisien Regresi

X₁ = Besaran variabel independen pertama

X₂ = Besaran variabel independen kedua

X₃ = Besaran variabel independen ketiga

3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi, yang juga dikenal luas dengan notasi R-squared (R^2), merupakan suatu metrik statistis yang kegunaannya adalah untuk melakukan pengukuran terhadap besaran proporsi dari variabilitas pada variabel dependen yang kemunculannya dapat dijelaskan oleh variabilitas dari serangkaian variabel independen yang dilibatkan dalam suatu model regresi. Dengan kata lain, nilai R^2 ini difungsikan untuk menilai tingkat kesesuaian atau ketepatan (*goodness of fit*) dari sebuah garis regresi terhadap data hasil observasi.

Besaran nilai dari R-squared ini berada pada rentang antara 0 hingga 1. Nilai yang mendekati 1 mengindikasikan bahwa model regresi yang dibentuk memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan variasi variabel dependen,

sementara nilai yang mendekati 0 menunjukkan hal yang sebaliknya. Oleh karena itu, koefisien determinasi menjadi sebuah perangkat penting yang digunakan dalam proses evaluasi terhadap kekuatan model regresi yang telah dibangun (Satria, 2021).

3.9. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dipahami sebagai suatu prosedur statistis yang secara sistematis dijalankan untuk melakukan evaluasi mengenai kecukupan bukti yang terkandung dalam sebuah sampel data, yang nantinya digunakan untuk mendukung atau menolak suatu pernyataan terkait populasi. Prosedur ini mensyaratkan perumusan dua jenis hipotesis: pertama, hipotesis nol (H_0) yang didasarkan pada asumsi bahwa tidak terdapat perbedaan ataupun hubungan yang signifikan di antara variabel yang dikaji; dan kedua, hipotesis alternatif (H_1) yang diajukan sebagai pernyataan tandingan bahwa suatu perbedaan atau hubungan yang signifikan benar-benar ada.

Setelah perumusan hipotesis dilakukan, data akan dikumpulkan untuk selanjutnya dianalisis melalui uji statistik yang relevan, seperti uji-t atau ANOVA. Pengambilan keputusan untuk menolak atau menerima hipotesis nol didasarkan pada perbandingan antara nilai *p-value* dengan tingkat signifikansi (α) yang telah ditetapkan, umumnya 0,05. Apabila nilai *p-value* yang diperoleh lebih kecil dari tingkat signifikansi ($p < 0,05$), maka hipotesis nol akan ditolak. Penolakan terhadap hipotesis nol ini diinterpretasikan sebagai adanya bukti yang cukup signifikan untuk mendukung kebenaran hipotesis alternatif (Sugiarto, 2017) Jenis-

jenis pengujian hipotesis yang secara spesifik akan diterapkan dalam kerangka penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut:

3.9.1. Uji t (Regresi Parsial)

Uji t parsial merupakan suatu pengujian yang dilaksanakan dengan tujuan untuk melakukan evaluasi secara individual mengenai keberadaan pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ahyar et al., 2020).

Pengambilan keputusan dalam uji t parsial ini dapat ditempuh melalui dua pendekatan utama. Pendekatan pertama dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel, di mana nilai t-tabel tersebut ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (*degrees of freedom*, *df*) dengan rumus $n-2$. Berdasarkan metode ini, hipotesis nol (H_0) akan ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima apabila nilai t-hitung yang diperoleh lebih besar daripada nilai t-tabel.

Pendekatan kedua didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan. Kriteria pengambilan keputusan dengan metode ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi (Sig.) ditemukan lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi (Sig.) ditemukan lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.9.2. Uji Simultan (Uji F)

Tujuan Uji F, atau yang juga dikenal sebagai uji pengaruh simultan, merupakan suatu prosedur statistis yang pelaksanaannya ditujukan untuk melakukan penilaian terhadap keberadaan pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ahyar et al., 2020). Melalui pengujian ini, kontribusi kolektif dari variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen dapat dievaluasi.

Perumusan hipotesis yang digunakan sebagai landasan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H_0): Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Hipotesis Alternatif (H_a): Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengambilan keputusan untuk menolak atau menerima H_0 dalam uji F ini dapat dilakukan melalui dua pendekatan utama.

Perbandingan Nilai F-hitung dengan F-tabel, pendekatan ini didasarkan pada perbandingan antara nilai F-hitung yang diperoleh dari hasil analisis dengan nilai F-tabel.

1. Apabila nilai F-hitung lebih besar daripada nilai F-tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kondisi ini diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan.

2. Sebaliknya, jika nilai F-hitung lebih kecil daripada nilai F-tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan.

Berdasarkan Nilai Signifikansi (p-value), Pendekatan kedua menggunakan nilai signifikansi yang dihasilkan dari analisis sebagai dasar pengambilan keputusan.

1. Apabila nilai signifikansi ditemukan lebih kecil dari 0,05, maka H_0 akan ditolak dan H_a diterima.
2. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi yang ditemukan lebih besar dari 0,05, maka H_0 akan diterima dan H_a ditolak.