

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan jenis metode deskriptif-kuantitatif sebagai pendekatan yang berfokus pada penggambaran dan pemaparan secara sistematis, objektif, serta tepat mengenai berbagai fenomena dan keterkaitan antar variabel yang menjadi objek kajian. Metode ini memadukan unsur deskriptif yang berfokus pada pemaparan karakteristik populasi atau fenomena secara terperinci, dengan pendekatan kuantitatif yang mengandalkan angka, data statistik, serta pengujian hipotesis melalui teknik analisis data. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis serta mengidentifikasi sejauh mana kepercayaan konsumen, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk HB Dosting Daviena di Kota Batam. Pendekatan kuantitatif diterapkan untuk mengolah data yang diperoleh dari responden melalui analisis statistik, dengan suatu maksud untuk mengungkap sejauh mana kekuatan hubungan serta pada dampak variabel-variabel tertentu terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk (Sugiyono, 2019).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini dikategorikan sebagai sifat penelitian replikasi, yaitu jenis penelitian yang akan bertujuan untuk mengulang atau mereplikasi studi sebelumnya dengan konteks yang berbeda, baik dari segi lokasi, waktu, subjek, maupun variabel tambahan. Replikasi dilakukan untuk menguji kembali validitas dan reliabilitas hasil-hasil penelitian sebelumnya, serta akan memastikan konsistensi temuan dalam konteks yang berbeda.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Kota Batam dijadikan sebagai fokus utama dalam penelitian ini karena pesatnya laju perubahan serta dari keragaman yang muncul dalam pasar produk kecantikan di kawasan tersebut. Kehidupan konsumen di Batam tercermin dari variasi kebutuhan yang terus berkembang, sehingga menjadikan daerah ini sebagai tempat yang tepat untuk mengkaji perilaku pembelian produk kecantikan.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dijadwalkan untuk rampung dalam kurun waktu kurang lebih lima bulan, dimulai pada bulan Maret 2025 hingga seluruh proses metodologis selesai dilaksanakan. Penyusunan jadwal yang terperinci menjadi hal esensial guna memastikan setiap tahap dapat terlaksana secara teratur dan sesuai dengan tujuan penelitian. Detail waktu pelaksanaan tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	2025				2025				2025				2025				2025			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penentuan Judul	■																			
Pendahuluan		■	■	■																
Kajian Teori					■	■	■													
Pembuatan Kuesioner								■												
Penyebaran Kuesioner									■	■	■	■								
Metode Penelitian													■	■	■					
Hasil dan Pembahasan																■	■	■		
Simpulan dan Saran																			■	■

Sumber: Data Penelitian (2025)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan semua individu atau kelompok yang memiliki ciri khas tertentu dan berkaitan erat dengan isu yang dikaji, yang telah ditentukan secara jelas sebagai objek penelitian oleh peneliti. Tujuan utama dari penetapan populasi ini adalah untuk memperoleh gambaran yang representatif dari objek yang diteliti, sehingga hasil analisis yang dilakukan terhadap sampel yang diambil dari populasi tersebut dapat digeneralisasikan atau akan ditarik kesimpulan untuk populasi secara keseluruhan. Dalam sebuah kajian, ciri-ciri populasi ditetapkan berdasarkan kriteria khusus yang selaras dengan tujuan serta pada cakupan penelitian, yang disesuaikan dengan konteks dan fokus studi yang akan dijalankan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, yang akan dimaksud dengan populasi adalah seluruh individu yang telah menggunakan produk HB Dosting Daviena selama tahun 2025 di Kota Batam, di mana suatu jumlah pastinya tidak akan dapat diketahui secara pasti atau belum terdokumentasi secara lengkap.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan suatu fragmen kecil yang mencerminkan karakteristik keseluruhan populasi, baik dari segi jumlah maupun pola dari perilaku. Proses pemilihan sampel akan dilakukan dengan cermat dan sistematis agar data yang terkumpul mampu menjadi landasan untuk menyimpulkan temuan penelitian secara representatif terhadap populasi yang lebih besar. Dengan kata lain, sampel adalah representasi dari populasi yang dijadikan objek pengamatan, sehingga hasil analisis terhadap sampel diharapkan dapat mencerminkan kondisi aktual populasi secara

keseluruhan. Pemilihan sampel yang tepat menjadi kunci penting dalam menjaga hasil temuan dari penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2019). Ketidakjelasan terkait besaran populasi dalam kajian ini memotivasi penerapan rumus *Lemeshow* guna menentukan jumlah sampel yang akurat. Melalui pendekatan tersebut, peneliti mampu menjamin bahwa sampel yang dipilih memiliki tingkat representativitas yang memadai untuk menggeneralisasi temuan penelitian ke suatu populasi secara menyeluruh. Rumus *Lemeshow* yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 Rumus *Lameshow*

Sumber: Rafi & Rochdianingrum (2023)

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 $10\% = 0,1$

$q = 1-p$

Penjabaran lebih rinci dari perhitungan sampel yang telah diperoleh melalui rumus tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

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

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

$n = 96,04 =$ dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *purposive sampling* diputuskan sebagaimana pendekatan dalam pengambilan sampel untuk penelitian ini, sebab teknik ini memungkinkan peneliti menentukan secara selektif siapa saja yang sebagaimana akan dapat menjadi para responden. Dalam penerapannya, teknik *purposive sampling* akan dirancang untuk memilih para responden secara selektif dan sengaja, yakni mereka yang memiliki karakteristik khusus atau pengalaman tertentu yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Penggunaan *purposive sampling* bertujuan untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan spesifik, karena hanya melibatkan subjek yang benar-benar memahami suatu fenomena yang diteliti. Dengan demikian, pendekatan ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang akurat, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan analisis (Sugiyono, 2019). Sebagai konsekuensi dari hal tersebut, kriteria untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini melibatkan para individu yang memiliki riwayat penggunaan produk HB Dosting Daviena di Kota Batam pada tahun 2025.
2. Studi ini dipusatkan pada individu dengan usia minimal 17 tahun.

3.5 Sumber Data

Untuk menunjang pelaksanaan studi ini, beberapa kandungan sumber data utama dibutuhkan dan akan dijelaskan di bawah ini:

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi asli atau data mentah yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama, yaitu responden penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban responden

yang merupakan para konsumen HB Dosting Daviena di Kota Batam, melalui instrumen kuesioner yang telah disusun berdasarkan indikator setiap variabel yang dikaji. Proses pengumpulan data primer dilakukan secara sistematis dan terstruktur, dengan tujuan memperoleh data aktual dan sesuai dengan realitas yang sedang terjadi di lapangan. Keunggulan dari data primer adalah tingkat relevansi dan akurasi yang tinggi, karena informasi yang akan diperoleh merupakan hasil dari persepsi dan pengalaman langsung para konsumen yang menjadi subjek penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu himpunan informasi yang sebelumnya telah dikumpulkan dan dicatat oleh pihak lain sebelum penelitian ini dilakukan. Peneliti tidak menghimpun data secara langsung, melainkan mengandalkan sumber yang telah ada dan memiliki keterkaitan substansial dengan topik yang diteliti. Dalam konteks studi ini, data sekunder berperan sebagaimana sumber pendukung yang sangat penting, karena membantu memperkuat suatu analisis dan memberikan landasan teori yang akan kokoh. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini akan meliputi berbagai jenis literatur akademik yang kredibel dan relevan, seperti jurnal ilmiah nasional maupun internasional yang telah melalui proses *peer review*, buku, serta data terkait HB Dosting Daviena.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode-metode berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai salah satu cara pengumpulan secara langsung dari responden penelitian. Kuesioner ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara sistematis dan juga terstruktur, yang bertujuan untuk menggali informasi mengenai persepsi dan pengalaman para konsumen terkait produk HB Dosting Daviena. Penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti untuk memperoleh data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik guna melihat hubungan antar variabel yang diteliti. Salah satu nilai lebih dari metode ini terletak pada efisiensinya dalam menghimpun tanggapan dari sejumlah besar dari responden dalam waktu singkat dan dengan biaya yang relatif rendah. Guna memperoleh data terstruktur dan mudah diolah secara kuantitatif, instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan format skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan metode pengukuran yang akan memungkinkan responden untuk menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap pernyataan yang diberikan. Sehubungan dengan hal tersebut, skor penilaian disajikan dalam bentuk 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 pustaka

Studi pustaka merupakan tahap penting dalam proses penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan serta menelaah berbagai sumber literatur yang relevan dan terkait erat dengan topik penelitian. Sumber tersebut mencakup buku-buku

akademik, artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam jurnal nasional maupun internasional, laporan dari penelitian terdahulu, artikel populer yang terpercaya, serta dokumen resmi dari institusi atau lembaga terkait. Pelaksanaan dari studi pustaka bertujuan untuk membangun dan memperkuat dasar teori yang menjadi landasan penelitian sekaligus merumuskan kerangka konseptual yang jelas dan terstruktur. Dengan melakukan kajian literatur secara komprehensif, peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam yang menjadi fokus studi.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen berperan sebagai faktor yang sengaja dimanipulasi dalam eksperimen, dengan tujuan untuk mengamati sejauh mana pengaruhnya terhadap perubahan atau respons yang muncul pada variabel dependen. Hal ini menjadi elemen penggerak yang dirancang untuk menguji hubungan kausal dalam suatu rangkaian pengamatan ilmiah. Dengan kata lain, variabel independen adalah faktor utama yang diasumsikan memiliki pengaruh atau efek terhadap perubahan yang terjadi pada suatu variabel lain dalam suatu studi (Sugiyono, 2019). Fokus utama pada variabel independen dalam studi ini terdiri dari kepercayaan konsumen (X1), kualitas produk (X2), dan *brand image* (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi fokus pengamatan dalam sebuah penelitian dan dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel ini sering disebut juga sebagai variabel terikat atau variabel hasil karena nilainya bergantung pada suatu perubahan atau pengaruh dari variabel lain. Dengan kata lain, variabel

dependen adalah variabel yang akan ingin dijelaskan atau diprediksi oleh peneliti berdasarkan variasi yang terjadi pada variabel independen (Sugiyono, 2019). Fokus utama pada variabel dependen dalam studi ini sebagaimana terdiri dari keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Kepercayaan Konsumen (X1)	Kepercayaan adalah keyakinan konsumen terhadap kualitas produk, kredibilitas merek, atau integritas penyedia jasa (Badir & Andjarwati, 2020).	1. <i>Benevolence</i> 2. <i>Ability</i> 3. <i>Integrity</i> 4. <i>Willingness to depend</i>	<i>Likert</i>
2	Kualitas Produk (X2)	Definisi kualitas produk mengacu pada sejauh mana suatu barang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, serta memberikan nilai yang melampaui harapan mereka (Winardy <i>et al.</i> , 2021).	1. Bentuk 2. Fitur 3. Kinerja 4. Kesan kualitas 5. Ketahanan 6. Keandalan 7. Kemudahan perbaikan 8. Gaya 9. Desain	<i>Likert</i>
3	<i>Brand Image</i> (X3)	<i>Brand image</i> mengacu pada rangkaian persepsi dan kesan yang secara perlahan terbentuk melalui interaksi pembeli terhadap suatu merek atau sebuah produk (Kristamus & Purba, 2023).	1. Kekuatan asosiasi merek 2. Keunggulan asosiasi merek 3. Keunikan asosiasi merek	<i>Likert</i>
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan sebuah proses kognitif di mana konsumen melakukan serangkaian pertimbangan d sebelum memilih dan membeli produk (Yap & Purba, 2022).	1. Kesesuaian barang yang diinginkan oleh konsumen 2. Keputusan konsumen dalam pembelian barang 3. Produk yang disediakan	<i>Likert</i>

Sumber: Data Penelitian (2025)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Menurut pandangan Sugiyono (2019), uji statistik deskriptif merupakan pendekatan yang akan berfungsi sebagai alat analisis awal yang bertujuan untuk menyajikan ringkasan informasi dari data penelitian, baik dalam bentuk angka maupun suatu visualisasi, guna memahami struktur dan pola yang terkandung di dalamnya. Uji ini akan digunakan bukan untuk menarik kesimpulan umum atau menguji hipotesis, melainkan untuk memberikan gambaran awal yang jelas dan juga sistematis terhadap data yang ada. Uji statistik deskriptif biasanya mencakup *mean*, *median*, dan *modus*, yang menggambarkan titik sentral dari data yang diteliti. Dengan menggunakan uji statistik deskriptif, peneliti dapat memperoleh gambaran menyeluruh tentang suatu pola pada data, mengidentifikasi kecenderungan umum, serta akan mengetahui penyimpangan atau ketidakteraturan dalam data sebelum melangkah ke analisis statistik lanjutan, seperti uji inferensial. Dalam rangka pelaksanaan pengujian ini, diperlukan evaluasi terhadap rumus rincian 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

Sebagai implementasi dari rumus yang telah diuraikan, perhitungan dapat disajikan seperti di bawah ini:

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

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

$$RS = 80$$

Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala

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

Sumber: Data Penelitian (2025)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan langkah krusial dalam memastikan suatu ketepatan instrumen penelitian dalam merepresentasikan variabel yang ingin dikaji. Prosedur ini bukan sekadar aktivitas teknis, melainkan sebuah upaya sistematis untuk menilai apakah setiap item dalam instrumen benar-benar mengandung makna yang selaras dengan konstruk teoretis yang akan menjadi dasar penelitian. Validitas yang tinggi menunjukkan adanya harmoni antara alat ukur dan konsep-konsep akademik yang melandasinya. Dalam praktiknya, validitas sering diuji dengan pendekatan korelasi statistik, salah satunya melalui teknik *Pearson Product Moment*, yang digunakan untuk menilai seberapa erat suatu hubungan antara nilai setiap pernyataan individu dengan skor total keseluruhan.. Dengan demikian, uji validitas sangat penting untuk mendukung simpulan yang akurat (Rafi & Rochdianingrum, 2023). Rincian mengenai kriteria yang digunakan dalam pengujian akan dijelaskan berikut:

1. Item dikategorikan valid apabila hasil perhitungan r hitung lebih besar daripada nilai r pada tabel.
2. Item dikategorikan tidak valid apabila hasil perhitungan r hitung lebih kecil daripada nilai r pada tabel.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tahapan krusial dalam proses penelitian yang berfungsi untuk menilai sejauh mana sebuah instrumen pengukuran akan mampu memberikan hasil yang konsisten. Baik itu kuesioner, skala, maupun alat ukur lainnya, semuanya perlu diuji reliabilitasnya guna memastikan bahwa data yang dihasilkan tetap stabil dan akan dapat diandalkan apabila digunakan kembali dalam situasi yang sebanding, baik pada waktu berbeda maupun pada kelompok subjek yang berlainan. Sebuah instrumen dikatakan *reliabel* apabila hasil yang diperoleh tidak berubah secara signifikan meskipun digunakan dalam pengukuran yang berulang dalam kondisi yang sebanding. Penerapan teknik *Cronbach's Alpha* dalam pengujian reliabilitas telah menjadi pendekatan yang lazim dalam ranah penelitian kuantitatif. Apabila nilai yang dihasilkan melebihi ambang batas 0,60, hal tersebut mengindikasikan bahwa instrumen akan memiliki tingkat kestabilan yang memadai dalam mengukur konstruk yang dimaksud (Rafi & Rochdianingrum, 2023).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas hadir sebagai gerbang awal dalam eksplorasi, memastikan bahwa pola penyebaran data yang dikumpulkan sejalan dengan bentuk distribusi normal yang menjadi acuan. Distribusi normal sendiri merupakan salah satu asumsi

dasar dalam banyak metode analisis statistik, khususnya dari analisis regresi linier, karena keberadaan distribusi yang normal memungkinkan estimasi parameter yang valid dan uji hipotesis yang akurat. Ketika menggunakan model regresi, penting untuk melakukan uji normalitas guna menilai apakah residual yang akan dihasilkan menyebar secara normal. Hal ini penting karena pelanggaran terhadap asumsi normalitas dapat menyebabkan hasil analisis menjadi bias, terutama pada pengujian signifikansi dan pembuatan interval kepercayaan. Dengan demikian, uji normalitas bertujuan memastikan hasil model regresi, serta mendukung kesimpulan yang diambil dari data penelitian (Pralampita & Utomo, 2024).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu komponen yang penting dalam rangkaian pengujian asumsi klasik yang mendasari kelayakan penggunaan analisis regresi linear. Tujuan utama dari sebuah uji ini adalah untuk menelusuri adanya kemungkinan keterkaitan yang sangat kuat antar variabel bebas di dalam suatu model regresi. Ketika dua atau lebih variabel independen menunjukkan hubungan korelasional yang signifikan, fenomena tersebut disebut sebagai multikolinearitas. Keberadaan multikolinearitas yang tinggi dapat menciptakan permasalahan serius, khususnya dalam hal kestabilan dan interpretabilitas koefisien regresi. Akibatnya, hasil estimasi menjadi rentan terhadap fluktuasi nilai dan kurang dapat diandalkan sebagai dasar penarikan pada kesimpulan (Pralampita & Utomo, 2024). Parameter pengujian ini akan dipaparkan dalam penjabaran berikut:

1. Indikasi multikolinearitas tidak ditemukan apabila tolerance bernilai lebih dari 0,10 dan *variance inflation factor* berada di bawah 10,00.

2. Indikasi multikolinearitas telah ditemukan apabila *tolerance* bernilai kecil dari 0,10 dan *variance inflation factor* berada di atas 10,00.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan langkah krusial dalam regresi yang akan digunakan untuk mengidentifikasi apakah varians residual bersifat homogen atau berubah-ubah di sepanjang data. Residual ini akan menggambarkan kesalahan atau penyimpangan model dalam memperkirakan nilai dari variabel dependen. Idealnya, dalam model regresi yang baik, varians residual harus homogen atau seragam pada setiap level variabel independen, kondisi ini dikenal sebagai homoskedastisitas. Namun, jika varians residual tidak sama atau berubah-ubah di antara pengamatan, maka terjadi heteroskedastisitas. Oleh karena itu, memeriksa suatu keberadaan heteroskedastisitas menjadi hal yang esensial agar model regresi yang disusun benar-benar menggambarkan hubungan antar variabel secara representatif. Metode uji *scatterplot* akan dirancang untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dalam data penelitian (Pralampita & Utomo, 2024).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu pendekatan statistik yang dirancang untuk menelusuri seberapa besar pengaruh dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Teknik ini tidak hanya berperan dalam mengungkap kekuatan hubungan antar variabel, tetapi juga memiliki kemampuan prediktif yang memungkinkan estimasi nilai variabel dependen berdasarkan kombinasi nilai dari variabel-variabel independennya. Dengan menggunakan analisis ini, peneliti dapat

mengidentifikasi suatu pola hubungan, kekuatan pengaruh masing-masing variabel independen, serta melihat apakah variabel-variabel tersebut berkontribusi secara signifikan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Metode ini sering dipakai dalam berbagai bidang penelitian untuk membantu pengambilan keputusan yang relevan (Prabowo & Rismawati, 2024). Penggunaan dari rumus yang dijelaskan berikut ini perlu dievaluasi sebagai bagian dari proses pengujian yang dilakukan:

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

Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda

Sumber: Prabowo & Rismawati (2024)

Keterangan:

Y	= Keputusan pembelian
a	= Konstanta
X1	= Kepercayaan Konsumen
X2	= Kualitas Produk
X3	= <i>Brand Image</i>
b1 b2 b3	= Koefisien Regresi
e	= Error

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) merupakan salah satu ukuran penting dalam analisis yang difungsikan untuk menilai sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat melalui variabel-variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Indikator ini menjadi tolok ukur efektivitas model dalam merepresentasikan hubungan antar variabel. Semakin mendekati angka 1 nilai R^2 yang diperoleh, semakin besar proporsi perubahan pada

variabel dependen yang akan dapat diuraikan oleh keberadaan variabel independen. Sebaliknya, nilai R^2 yang rendah mengindikasikan bahwa model tersebut kurang efektif dalam menjelaskan suatu variabilitas data, akibatnya, fluktuasi dari dalam variabel dependen dapat berasal dari unsur-unsur lain yang tidak disertakan dalam model analisis. Evaluasi ini pun menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana model regresi mampu merepresentasikan realitas data dalam penelitian kuantitatif (Prabowo & Rismawati, 2024).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Uji t merupakan teknik statistik yang akan difungsikan untuk mengurai dan mengidentifikasi dampak masing-masing variabel bebas secara terpisah terhadap variabel terikat dalam kerangka model regresi yang telah dibentuk. Pengujian ini difokuskan pada analisis pengaruh individual, dengan maksud untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memberikan kontribusi yang berarti terhadap perubahan nilai variabel dependen. Proses evaluasi dilakukan melalui perbandingan antara nilai t empiris hasil dari perhitungan dengan nilai t kritis yang ditetapkan berdasarkan taraf signifikansi tertentu. Bila nilai t hitung melebihi ambang batas tersebut, maka variabel terkait dianggap memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Uji ini biasanya akan dilaksanakan setelah struktur model regresi final terbentuk, sebagai langkah suatu verifikasi terhadap validitas peran setiap prediktor dalam model, serta untuk mengukuhkan sejauh mana tiap variabel bebas mampu berdiri sendiri dalam memengaruhi variabel yang menjadi fokus utama penelitian (Ulumudin & Wahyuati, 2024).

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji F merupakan suatu instrumen statistik yang digunakan untuk mengkaji sejauh mana keseluruhan dari variabel independen dalam suatu model regresi memberikan pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen secara serempak. Tidak seperti uji t yang akan menelaah kontribusi masing-masing variabel secara individual, uji ini akan menitikberatkan pada evaluasi pengaruh kolektif, sehingga mampu mengungkap apakah kombinasi semua variabel bebas secara bersama-sama memiliki relevansi statistik dalam menjelaskan perilaku atau variasi dari variabel terikat. Prosedur pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai f yang akan diperoleh dari hasil analisis model dengan nilai kritis yang diambil dari distribusi f pada taraf signifikansi tertentu. Apabila nilai f hitung melebihi nilai kritis, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut layak digunakan karena seluruh variabel bebas secara simultan berkontribusi signifikan terhadap variabel dependen (Ulumudin & Wahyuati, 2024).