

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam pelaksanaan studi ini, diterapkan jenis deskriptif yang dibingkai dalam metode kuantitatif, dipilih atas dasar kemampuannya dalam merinci serta memetakan gejala yang diteliti secara menyeluruh. Berlandaskan telaah pustaka dari berbagai sumber yang relevan, pendekatan ini memberi ruang bagi peneliti untuk menggali makna yang lebih dalam serta merumuskan konklusi yang bernilai substantif. Adapun sasaran utama dari penelitian ini adalah mengurai sejauh mana *brand image*, kualitas produk dan variasi produk turut andil dalam membentuk keputusan pembelian. Metodologi kuantitatif merupakan suatu pendekatan ilmiah yang berpijak pada penelaahan terhadap unit populasi maupun sampel yang telah ditentukan secara eksplisit sebelumnya. Langkah-langkahnya mencakup perolehan data melalui perangkat pengukuran yang dibentuk secara sistematis, dilanjutkan dengan pengolahan hasil menggunakan pendekatan numerik atau kaidah statistik (Widodo *et al.*, 2023).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini memiliki karakteristik sebagai sifat replikasi, yaitu suatu bentuk riset yang dilakukan dengan mengulang kembali penelitian sebelumnya, baik secara keseluruhan maupun sebagian, untuk menguji konsistensi dan validitas hasil yang telah ditemukan. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memastikan bahwa temuan sebelumnya tetap relevan dan dapat diterapkan dalam konteks atau populasi yang berbeda.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi di wilayah Batu Aji, Kota Batam, dan menysasar seluruh lapisan masyarakat yang pernah melakukan sebuah pembelian produk *skincare* Lacoco. Oleh karena itu, penelitian ini menjangkau konsumen secara umum yang berada di wilayah Batu Aji dan memiliki pengalaman dalam menggunakan produk Lacoco sebagai dasar pengambilan data dan analisis.

3.3.2 Periode Penelitian

Peneliti telah menyusun dan juga menetapkan rangkaian jadwal kegiatan penelitian yang dirancang untuk berlangsung selama beberapa bulan, dimulai dari bulan Maret 2025 hingga Juli 2025. Guna mempermudah pemahaman terhadap alur kegiatan penelitian yang dilakukan, seluruh tahapan tersebut akan disajikan secara sistematis dalam bentuk tabel jadwal penelitian, sebagaimana ditampilkan 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 keseluruhan himpunan unit analisis atau entitas yang mengandung karakteristik spesifik, yang dijadikan fokus dalam suatu penelitian guna dilakukan penelaahan secara mendalam oleh peneliti. Elemen tersebut akan dapat berupa individu, kelompok masyarakat, organisasi, lembaga, peristiwa, atau bahkan objek yang dianggap relevan dengan fokus kajian. Populasi dijadikan dasar untuk memperoleh data yang akan digunakan dalam menarik kesimpulan umum dari hasil penelitian. Penting untuk mendeskripsikan populasi secara spesifik, jelas, dan mudah dipahami, agar ruang lingkup studi dapat ditentukan secara akurat dan juga tidak menimbulkan ambiguitas dalam pelaksanaan pengambilan sampel. Dengan kata lain, populasi tidak hanya menggambarkan jumlah keseluruhan dari objek yang diteliti, tetapi juga menggambarkan kriteria, ciri khas, serta kesesuaian objek tersebut terhadap tujuan penelitian (D. Firmansyah & Dede, 2022). Cakupan populasi pada riset ini merujuk pada konsumen Lacoco dari kalangan remaja hingga dewasa di wilayah Batu Aji Kota Batam, meskipun rincian angka pastinya tidak dapat dijangkau oleh data yang tersedia.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel ialah sekumpulan unit yang diambil secara terpilih dari seluruh populasi, dengan tujuan untuk merepresentasikan suatu karakteristik mendasar dari populasi. Sampel digunakan ketika peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi karena keterbatasan waktu, biaya, maupun tenaga. Oleh karena itu, sampel akan berfungsi sebagai wakil atau representasi dari populasi yang lebih luas,

sehingga informasi yang diperoleh dari sampel diharapkan dapat digeneralisasikan terhadap populasi. Pemilihan sampel akan dilakukan dengan suatu memperhatikan prinsip keterwakilan, yaitu sampel harus mencerminkan suatu ciri-ciri penting dari populasi agar hasil penelitian tetap akurat dan dapat dipercaya. Pengambilan sampel yang tepat akan membantu para peneliti dalam memperoleh data yang relevan dan efisien, tanpa harus menjangkau seluruh elemen dalam populasi (Sugiyono, 2018: 149). Ketidakpastian dalam mengetahui besar populasi secara konkret membuka ruang penggunaan rumus *Lemeshow* sebagai metode pengambilan sampel yang tetap dapat menggambarkan populasi secara adil. Rumus yang digunakan yakni:

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

Rumus 3.1 *Lameshow*

Sumber: Riyanto dan Hermawan (2020: 13-14)

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

Penerapan rumus tersebut menghasilkan estimasi jumlah responden yang dirinci secara komprehensif pada uraian berikut ini:

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

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

n = 96,04 = dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Dalam pelaksanaan riset ini, akan mengadopsi pendekatan *nonprobability sampling* sebagai strategi pemilihan subjek penelitian. Pendekatan ini digunakan karena tidak semua anggota populasi memiliki kemungkinan yang setara untuk dijadikan bagian sampel. Pemilihan responden dilakukan melalui pertimbangan tertentu yang bersifat subjektif, namun tetap selaras dengan kepentingan dan arah penelitian. Dari berbagai teknik yang akan tergolong dalam kategori ini, peneliti menetapkan metode *purposive sampling* sebagai strategi utama dalam penarikan sampel. Teknik ini dilandaskan pada asumsi bahwa individu atau kelompok yang terpilih memiliki atribut atau sebuah kriteria spesifik yang dipandang mampu menyumbangkan informasi paling relevan, representatif, dan mendalam terhadap permasalahan yang dikaji. Dengan demikian, pemilihan sampel dilakukan secara sengaja dan terarah, berdasarkan dasar logis serta kualifikasi khusus yang telah ditentukan sebelumnya oleh para peneliti (Sugiyono, 2018: 156). Responden yang menjadi bagian dari riset ini dikaji berdasarkan seberapa lama mereka memiliki pengalaman dengan produk Lacoco.

3.5 Sumber Data

Penelusuran data dalam riset ini akan mengacu pada sumber-sumber yang dijabarkan berikut ini:

1. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi otentik yang dihimpun secara langsung dari responden melalui instrumen pengumpulan data, seperti kuesioner yang disusun secara sistematis. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh

langsung dari konsumen yang pernah maupun sedang menggunakan produk skincare merek Lacoco di wilayah Kota Batam. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk menangkap persepsi, pengalaman, serta tanggapan mereka secara langsung terkait faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan dalam melakukan suatu pembelian produk tersebut, sehingga data yang akan diperoleh mencerminkan kondisi aktual dan relevan dengan fokus penelitian.

2. Data Sekunder

Informasi sekunder adalah data yang diperoleh melalui penggalian dari materi atau sumber yang telah terdokumentasi sebelumnya, tanpa melibatkan interaksi langsung dengan responden penelitian. Sumber tersebut dapat berupa artikel jurnal ilmiah, literatur referensial, publikasi akademik, hingga data yang diakses melalui *platform* digital atau media daring. Keberadaan data sekunder berperan dalam memperkaya landasan teori, menelaah hasil riset terdahulu, serta menjadi tolok ukur untuk membandingkan temuan dari data primer. Dalam konteks studi ini, data sekunder dimanfaatkan untuk mengkaji menelusuri studi sebelumnya yang relevan dengan perilaku pembelian konsumen terhadap produk *skincare*, khususnya merek Lacoco.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama yang disebarkan. Kuesioner tersebut akan disusun dalam bentuk pertanyaan tertulis dan disalurkan secara daring atau *online* dengan memanfaatkan platform *Google Form*, yang kemudian dibagikan kepada seluruh responden yang telah ditetapkan sebagai subjek penelitian. Metode ini bertujuan untuk merancang

data yang tersusun secara sistematis serta mudah untuk dianalisis. Setiap item pertanyaan dalam kuesioner akan diukur melalui skala *Likert*, yang mencakup lima tingkatan penilaian, mulai dari opsi Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS). Skala ini memungkinkan peneliti untuk menangkap kecenderungan sikap, persepsi, atau evaluasi para responden secara kuantitatif terhadap masing-masing indikator variabel yang diteliti. Adapun rincian skala penilaian kuesioner disajikan dalam bentuk tabel yang dirinci 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, 2018: 168)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen, atau yang sering disebut sebagai bagian dari variabel bebas, merupakan unsur penelitian yang memiliki peran sebagai determinan utama terhadap terjadinya perubahan pada variabel lain. Hal ini, bersifat otonom, dalam arti nilai atau keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain di dalam suatu kerangka kajian ilmiah. Sebaliknya, variabel ini berfungsi sebagai pemicu yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen atau terikat. Dengan demikian, variabel independen menjadi pijakan utama dalam menelusuri keterkaitan kausal serta mengukur sejauh mana kontribusinya dalam membentuk kondisi dari variabel yang menjadi akibat dalam penelitian tersebut (Sugiyono, 2019: 69). Riset ini

menyoroti sejumlah variabel bebas yang menjadi sorotan utama, yaitu *brand image* (X1), kualitas produk (X2), serta variasi produk (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen, atau yang dikenal sebagai variabel terikat, merupakan unsur dalam suatu penelitian yang keberadaannya ditentukan oleh pengaruh dari variabel independen. Variabel ini tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi objek yang mengalami perubahan sebagai konsekuensi dari perlakuan atau intervensi variabel bebas. Dengan kata lain, variabel dependen mencerminkan hasil atau juga dampak yang akan diukur untuk mengetahui sejauh mana variabel independen memberikan pengaruh. Dalam kerangka penelitian, variabel ini berfungsi sebagai indikator untuk menilai efek atau hubungan kausal dari variabel yang menjadi sumber pengaruh (Sugiyono, 2019: 69). Riset ini akan menyoroti sejumlah variabel terikat yang menjadi sorotan utama, yaitu keputusan pembelian (Y)

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	1. Kemantapan produk 2. Kebiasaan membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang	<i>Likert</i>
<i>Brand Image</i> (X1)	1. <i>Recognition</i> (pengenalan) 2. <i>Reputation</i> (reputasi) 3. <i>Affinity</i> (daya tarik) 4. <i>Loyalty</i> (kesetiaan)	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X2)	1. Kesesuaian dengan spesifikasi 2. Variasi produk banyak 3. Rancangan produk sesuai dengan trend pasar	<i>Likert</i>
Variasi Produk (X3)	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Jumlah pembelian	<i>Likert</i>

Sumber: Data Penelitian (2025)

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian yang dilakukan ini memanfaatkan berbagai teknik pengolahan data dengan bantuan perangkat lunak dari SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26. Penggunaan program ini akan memungkinkan peneliti untuk mengelola, menganalisis, serta menginterpretasikan suatu data secara sistematis dan akurat. Melalui SPSS, berbagai prosedur statistik dapat dijalankan dengan lebih efisien, sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat dijadikan dasar yang kuat dalam menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Langkah pertama dalam suatu proses analisis data dimulai dengan statistik deskriptif, yang berguna untuk memvisualisasikan gambaran umum responden serta menyajikan ikhtisar angka-angka penting dari setiap variabel. Melalui uji ini, peneliti dapat menggambarkan profil orang-orang yang memberikan jawaban, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, atau juga aspek demografis lainnya, serta memaparkan kecenderungan nilai-nilai data dari masing-masing faktor yang diteliti, misalnya rata-rata, standar deviasi, nilai minimum dan juga maksimum. Penyajian hasil uji deskriptif ini harus disusun secara sistematis dan sesuai dengan kaidah penyajian data statistik, sehingga dapat memberikan hal pemahaman awal yang komprehensif terhadap pola data sebelum dilakukan analisis lebih lanjut (Sugiyono, 2019: 206). Rumus yang berfungsi sebagaimana acuan dalam proses pengujian akan dijelaskan melalui penjabaran berikut ini:

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: Sugiyono (2019: 206)

Keterangan :

RS : Rentang skala

n : Jumlah responden

m : Jumlah *alternative* jawaban

Agar lebih jelas dalam memahami bagaimana rumus tersebut diterapkan, berikut disajikan langkah-langkah perhitungannya secara sistematis:

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

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

$$RS = 80$$

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 ialah suatu prosedur yang bertujuan untuk menguji ketepatan dan kecocokan antara butir-butir instrumen pengumpulan data, seperti pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner, dengan konstruk teoretis yang ingin diungkap dalam penelitian. Dalam proses ini, responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap item yang disajikan, guna mengetahui sejauh mana item tersebut mampu merepresentasikan aspek atau dimensi dari variabel yang sedang dikaji.

Validitas yang tinggi menandakan bahwa instrumen tersebut secara substansial memiliki keterkaitan logis dan suatu empiris dengan tujuan pengukuran, tujuannya ialah agar setiap temuan dapat dibuktikan melalui pendekatan ilmiah. Dengan kata lain, uji validitas tidak hanya menilai apakah suatu pertanyaan tersebut memiliki kedalaman yang selaras dengan konsep yang diteliti (Sugiyono, 2019). Pada bagian berikut, rumus yang menjadi pedoman pengujian akan diberikan penjelasan detail:

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

Rumus 3.3 *Pearson Correlation*

Sumber: (Anwar, 2019)

Keterangan :

r_{xy} = Koefesiensi korelasi X dan Y

n = Jumlah responden

X = Skor tiap item

Y = Skor total

Terdapat sejumlah ketentuan pokok yang harus dipenuhi dalam pengujian ini, sebagaimana dipaparkan di bawah ini:

1. Keabsahan butir instrumen diakui valid ketika hasil perhitungan r hitung lebih tinggi dibanding angka acuan pada r tabel.
2. Keabsahan butir instrumen diakui tidak valid ketika hasil perhitungan r hitung lebih rendah dibanding angka acuan pada r tabel.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan teknik pengujian yang bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen pengukuran menghasilkan hasil yang konsisten dan

stabil ketika digunakan dalam kondisi yang serupa. Dengan kata lain, uji ini akan mengukur tingkat keandalan atau juga keterulangan dari penilaian terhadap suatu variabel tertentu. Instrumen dinyatakan *reliabel* apabila setiap pernyataan atau pertanyaan di dalamnya mampu memberikan hasil yang tetap atau relatif sama ketika diujikan kembali dalam waktu dan situasi yang setara. Dalam konteks ini, reliabilitas akan mencerminkan keteguhan suatu alat ukur dalam menyampaikan informasi yang tidak mudah terdistorsi oleh faktor acak, sehingga akan memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan karakteristik variabel yang sedang dikaji (Sugiyono, 2018: 204). Beberapa ketentuan teknis diperlukan dalam pelaksanaan uji ini, yang uraian lengkapnya dapat ditemukan pada bagian berikut:

1. Keabsahan secara konsisten dari suatu instrumen diuji melalui *Alpha*, dan jika nilainya lebih dari 0,6, maka instrumen dinyatakan *reliabel*.
2. Keabsahan secara konsisten dari suatu instrumen diuji melalui *Alpha*, dan jika nilainya lebih rendah dari 0,6, maka instrumen dinyatakan tidak *reliabel*.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah prosedur analisis yang dirancang untuk mengevaluasi apakah distribusi residual dalam model regresi senada dengan pola distribusi normal, suatu prasyarat krusial guna menjamin validitas hasil statistik. Salah satu pendekatan yang dikaji dalam pengujian ini ialah dengan mengamati visualisasi grafik, seperti *Histogram* dan *Normal Probability Plot (P-P Plot) of Regression Standardized Residual*, yang memberikan gambaran suatu pola penyebaran data secara visual. Di samping pendekatan visual, pengujian statistik

juga dilengkapi melalui metode *Kolmogorov-Smirnov (KS)*, dengan merujuk pada suatu nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Apabila hasil signifikansi yang diperoleh berada di atas ambang 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa data residual mengikuti pola distribusi normal secara statistik (Sugiyono, 2018: 271).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan rancangan yang akan dilakukan untuk mengamati apakah terdapat tumpang tindih yang cukup besar dalam hubungan antar variabel bebas, yang dapat memengaruhi ketepatan hasil regresi. Keberadaan multikolinearitas dapat mengakibatkan distorsi dalam suatu estimasi koefisien regresi, sehingga mengaburkan kontribusi masing-masing variabel bebas secara individual. Dalam rangka mengidentifikasi fenomena tersebut, akan digunakan dua indikator utama, yaitu nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Secara tradisional, apabila nilai *tolerance* berada di bawah 0,10 atau VIF juga melampaui ambang batas 10, hal ini menandakan keberadaan multikolinearitas yang signifikan. Dalam kondisi demikian, diperlukan langkah penyesuaian, seperti penghapusan salah satu variabel yang berkorelasi tinggi atau penggabungan antar variabel, guna menjaga reliabilitas model (Ghozali, 2020).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan tahapan krusial dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengidentifikasi ada tidaknya ketidakaturan dalam sebaran varians residual terhadap nilai-nilai prediktor. Dalam suatu model regresi yang memenuhi asumsi ideal, nilai residual diharapkan memiliki varians yang konstan atau bersifat homoskedastik. Ketidakterpenuhan kondisi ini, yang dikenal sebagai

heteroskedastisitas, dapat berdampak negatif terhadap validitas analitis, khususnya dalam sebuah penentuan ketepatan standar error. Salah satu metode yang sering diterapkan untuk mendeteksi indikasi tersebut adalah uji *Glejser*, yang dilakukan dengan membentuk regresi tambahan menggunakan nilai absolut residual sebagai variabel dependen terhadap setiap dari variabel independen. Bila hasil dari regresi memperlihatkan suatu nilai signifikansi melebihi ambang batas 0,05, maka akan dapat disimpulkan bahwa model bebas dari masalah heteroskedastisitas (Anwar, 2019).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode kuantitatif dalam ranah statistika inferensial yang digunakan untuk menelaah hubungan antara beberapa variabel bebas dengan satu variabel terikat. Melalui metode ini, peneliti dapat menelusuri serta menguji secara simultan sejauh mana variabel-variabel prediktor berkontribusi dalam membentuk atau dapat memengaruhi variabel yang menjadi fokus analisis. Teknik ini menjadi instrumen yang signifikan apabila tujuan dari kajian diarahkan pada pengukuran pengaruh kolektif dari beberapa faktor terhadap suatu hasil yang diamati. Dalam regresi berganda, variabel prediktor dapat disimulasikan secara numerik guna melihat suatu fluktuasi pengaruhnya terhadap variabel target. Melalui pendekatan ini, peneliti tidak hanya dapat mengidentifikasi kekuatan hubungan, tetapi juga mengetahui arah pengaruh dari tiap variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2018). Penjelasan berikut akan menyampaikan bentuk rumus yang digunakan sebagai pijakan dalam proses pengujian:

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

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X1 = *Brand Image*

X2 = Kualitas Produk

X3 = Variasi Produk

b1 b2 b3 = Koefisien Regresi

e = Error

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) ialah salah satu parameter kuantitatif dalam analisis regresi yang dirancang untuk mengukur tingkat keberhasilan model dalam merepresentasikan variabilitas yang terjadi pada variabel dependen, sebagai akibat dari pengaruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Nilai R^2 mengindikasikan besaran suatu proporsi fluktuasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh keseluruhan konstruk regresi, dengan rentang nilai antara 0 hingga 1. Secara esensial, semakin mendekati angka 1, semakin tinggi pula kapabilitas model dalam menangkap keterkaitan antara variabel-variabel prediktor terhadap variabel respon. Jika nilai R^2 rendah, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sebaliknya, koefisien determinasi (R^2) yang bernilai tinggi mengindikasikan bahwa

model tersebut memiliki kesesuaian yang kuat dalam menguraikan fenomena yang sedang ditelaah (Anwar, 2019).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Uji t merupakan salah satu teknik dalam analisis statistik inferensial yang berfungsi untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah dalam kerangka regresi. Tujuan utama dari pengujian ini adalah memastikan apakah suatu variabel bebas secara individual memberikan sumbangan yang berarti terhadap perubahan nilai variabel terikat. Secara teknis, evaluasi dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai kritis pada t tabel, atau dengan menelaah *p-value* pada tingkat kepercayaan 95%. Apabila *p-value* yang telah diperoleh berada di bawah threshold 0,05, maka hipotesis nol (H_0), yang menyatakan tidak adanya pengaruh signifikan, akan harus ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwasanya variabel independen yang diuji memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai *p-value* melebihi batas 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti variabel tersebut tidak memiliki efek parsial yang bermakna dalam model regresi yang dianalisis (Sugiyono & Susanto, 2019).

3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji F merupakan penilaian terhadap kesatuan kontribusi seluruh variabel bebas dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat, sehingga dapat diketahui kebermaknaan pengaruhnya secara serempak. Uji ini tidak ditujukan untuk melihat efek individual masing-masing prediktor, melainkan untuk menilai

suatu kekuatan kolektif dari seluruh variabel bebas dalam menjelaskan fluktuasi yang terjadi pada variabel terikat. Ketika nilai f hitung melampaui nilai kritis pada f tabel distribusi, disertai dengan nilai signifikansi (*Sig.*) yang berada di bawah batas probabilitas 0,05, maka hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak adanya pengaruh simultan harus ditolak. Situasi tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas dalam model secara bersama-sama akan memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, uji F memiliki peranan penting dalam memastikan keabsahan model regresi serta kelayakannya sebagai alat prediksi dan penjelasan dalam konteks penelitian akademik (Sugiyono & Susanto, 2019).