BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Kabupaten Bogor. Waktu penelitian selama 6 (enam) bulan yang dimulai pada Februari hingga Juli 2024 yang dimulai dari penetapan judul penelitian kemudian observasi lebih mendalam hingga penyusunan laporan akhir skripsi. Kegiatan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan penulis pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Penelitian

Keterangan	Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penetapan Judul Penelitian	■																							
Observasi		■																						
Penyusunan Proposal dan Draft Kuesioner			■	■	■	■	■																	
Seminar Proposal								■																
Perbaikan Proposal									■															
Penyebaran Kuesioner											■	■												
Pengolahan Data														■										
Penyusunan Bab 4-5															■	■	■	■	■	■	■			

Sumber: Penulis (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan tahapan yang digunakan untuk mencari data, mengumpulkan data, mengolah data hingga penjelasan terkait hasil akhir dari sebuah penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penggunaan metode kuantitatif yaitu untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dengan mengikuti prosedur yang telah direncanakan, penggunaan statistik diharapkan dapat menganalisis adanya pengaruh antara variabel secara objektif.

Jenis penelitian menggunakan penelitian survei. Louis Cohen and Lawrence Manion dalam Abubakar (2021:5) penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi yang besar ataupun kecil, tetapi tetap menggunakan sampel untuk data yang dipelajari, sehingga ditemukan hubungan-hubungan antar variabel. Penelitian survei ini penulis lakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi. Informasi yang dikumpulkan harus dapat menggambarkan identitas, karakteristik, sikap ataupun kebiasaan sebenar-benarnya dari responden untuk meningkatkan hasil data yang akurat.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah total keseluruhan anggota yang ada pada suatu kelompok tertentu. Populasi dipilih berdasarkan adanya fenomena yang terjadi kemudian diteliti untuk menemukan kebiasaan tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Bogor dan yang memutuskan membeli susu UHT merek Cimory.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi, lingkup yang lebih kecil dari populasi untuk diambil sebagai perwakilan dari populasi. Adanya keterbatasan dana, tenaga atau waktu dengan jumlah populasi yang besar, maka dapat memakai sampel dari populasi yang sudah ditentukan (Sujarweni, 2022:81). Beberapa rumus untuk menentukan jumlah sampel penelitian, salah satunya yang dicetuskan Rao Purba. Purba (2006) dalam Sulastri dan Pelinda (2022:107) jika populasi tidak diketahui jumlahnya, maka menentukan jumlah sampel dengan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan 95% dengan alfa 5%

Moe = *Margin Of Error* 10% (0,1)

Maka jumlah sampel yaitu sebesar:

$$n = \frac{1{,}96^2}{4(0{,}1)^2}$$

$$n = 96{,}4$$

Sumber: Sulastri dan Pelinda (2022:107)

Jumlah sampel minimal untuk penelitian ini sebesar 96 responden, namun pada penelitian ini akan digunakan jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi untuk dijadikan sampel. Jenis sampling menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik menentukan sampel dengan pertimbangan terhadap kriteria tertentu (Sujarweni, 2022:87-88). Adapun kriteria responden yang dipilih sebagai berikut.

1. Konsumen susu UHT Cimory ukuran 250 ml.
2. Berusia 17 tahun keatas dan berdomisili di Kecamatan Cisarua, Kecamatan Megamendung, Kecamatan Ciawi, Kecamatan Caringin, Kecamatan Cijeruk dan Kecamatan Cigombong.
3. Melakukan pembelian susu UHT Cimory atas dasar keputusan diri sendiri.

Penulis menentukan terlebih dahulu sampel dari Kabupaten Bogor yang digunakan menjadi daerah sumber data. Karena jumlah Kecamatan di Kabupaten Bogor berjumlah 40 Kecamatan dan tersebar sangat luas. Maka dari itu penulis mengambil Kecamatan yang lokasinya berdekatan dengan tempat wisata Cimory yang ada pada kawasan Puncak di Kabupaten Bogor yaitu Kecamatan Cisarua, Megamendung, Ciawi, Caringin, Cijeruk, dan Cigombong. Penentuan ini diharapkan membantu penulis mendapatkan responden yang mengenal produk dengan baik sehingga penyebaran kuesioner tepat sasaran.

Setelah menentukan kriteria-kriteria tersebut, sampel ini disebarkan menggunakan *Accidental Sampling*. Teknik penentuan sampel ini berdasarkan pada kebetulan yaitu siapa saja yang ditemui dan memenuhi kriteria maka dapat dijadikan sumber data penelitian. Kemudian dalam mengatur jumlah responden pada setiap Kecamatan agar terbagi secara merata yaitu dengan melakukan penghitungan jumlah proporsional seperti dibawah ini.

$$\frac{Jumlah\ penduduk\ Kecamatan}{Total\ jumlah\ penduduk\ sampel} \times 100$$

Tabel 3.2. Jumlah Responden Tiap Daerah

No	Kecamatan	**Jumlah Penduduk 2022** (Disdukcapil, 2023) (Artikel: Open Data BogorKab)	Persentase	Jumlah Responden
1	Cisarua	131.352	16,08	16
2	Megamendung	112.387	13,76	14
3	Ciawi	145.032	17,76	18
4	Caringin	219.520	26,88	27
5	Cijeruk	118.581	14,52	14
6	Cigombong	89.647	10,97	11
JUMLAH		**816.519**		**100**

Sumber: Penulis (2024)

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diolah menjadi informasi di dalam penelitian. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti agar pengumpulan data menjadi lebih mudah dan hasilnya lebih baik (Abubakar, 2021:117). Teknik pengumpulan data yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Observasi

Sahir (2021:30) observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengamati gejala yang diteliti melalui tindakan langsung ke lapangan. Penulis melakukan observasi untuk mengumpulkan data pendukung permasalahan melalui pengamatan langsung di lapangan. Teknik ini digunakan saat hendak melihat bagaimana perilaku konsumen ketika memutuskan membeli produk, bagaimana penjualan susu UHT mulai dari ketersediaan varian rasa maupun kondisi bentuk kemasan yang baik atau rusak dan harga yang tertera.

2. Wawancara

Sujarweni (2022:94) wawancara adalah kegiatan menggali data secara lisan. Penulis menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan data secara lisan dan bertatap muka dengan narasumber yang diperkirakan dapat memberikan data pendukung terkait pengalamannya dalam konsumsi susu UHT guna memperkuat masalah yang terjadi. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara tidak terstruktur, karena hanya untuk mendapatkan data pendukung di lapangan. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang dilakukan terhadap subjek penelitian secara bebas tanpa struktur pertanyaan tertentu, hanya berpedoman garis besar masalah penelitian (Sahir, 2021:29).

3. Dokumen

Penulis menggunakan teknik analisis dokumen untuk mendapatkan data sekunder melalui media sosial, dan berbagai situs. Contohnya seperti situs perusahaan, *Top Brand Index* dan juga menggunakan penelitian terdahulu dengan variabel yang serupa. Selain mendapatkan data sejarah perusahaan untuk melengkapi laporan penelitian, di dalam analisis dokumen juga bisa mendapatkan kemungkinan adanya kesenjangan atau masalah.

4. Kuesioner (Angket)

Teknik pengumpulan data yang utama digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kotler dan Keller (2019:106) mengatakan bahwa kuesioner terdiri dari sekelompok pertanyaan yang diajukan kepada responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Peneliti menggunakan teknik ini untuk mengumpulkan data primer dari jawaban responden berdasarkan pernyataan dalam kuesioner dengan skala likert agar bisa dikuantifikasi dan diolah secara statistik kemudian dapat ditemukan hasil penelitian. Kuesioner yang dibagikan menggunakan *google form* untuk menjangkau seluruh responden dengan jangkauan yang luas.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yaitu untuk memberi penjelasan terkait variabel-variabel yang digunakan pada penelitian. Adanya definisi operasional variabel digunakan dalam memahami setiap variabelnya sebelum diolah lebih mendalam. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat.

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel bebas atau independen (X) adalah variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel terikat atau dependen (Y). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga. Variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Citra Merek

Citra merek adalah gambaran yang pertama kali muncul dalam pikiran seseorang mengenai suatu merek baik positif atau negatif berdasarkan pengalaman diri sendiri atau pengaruh lingkungan sekitar. Firmansyah (2019:66) mengatakan citra merek adalah deskripsi mengenai asosiasi dan rasa yakin konsumen pada suatu merek. Keller (2000) dalam Firmansyah (2019:80) indikator citra merek yaitu sebagai berikut:

1) Merek Mudah Diingat
2) Merek Mudah Dikenal
3) Reputasi Merek Baik

2. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam membawa tanggung jawabnya yang telah tertanam untuk memenuhi harapan konsumen ketika membeli produk tersebut. Tjiptono (2008) dalam Safitri dan Agus (2023:36) kualitas produk adalah memusatkan kualitas pada konsumen sehingga ketika produk atau pelayanan memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen artinya penjual telah memberikan kualitasnya. Wardhani (2012) dalam Azizah, Heru, dan Erlyna (2022:473) indikator kualitas produk yaitu sebagai berikut:

1) Rasa
2) Variasi
3) Tampilan
4) Kepercayaan
5) Kesesuaian

3. Harga

Harga adalah biaya yang ditukarkan untuk mendapatkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan yang timbul. Kotler dan Armstrong (2008:121) dalam Amilliya dan Anton (2023:3) harga adalah sejumlah nilai yang dapat ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Kotler dan Armstrong (2018:314) dalam Amilliya dan Anton (2023:3) menyatakan beberapa indikator harga sebagai berikut:

1) Harga Terjangkau
2) Daya Saing Harga
3) Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk
4) Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk

3.5.2 Variabel Terikat

Variabel terikat atau dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi dari adanya variabel bebas atau independen (X). Dalam penelitian ini terdapat variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Keputusan pembelian adalah sebuah aksi yang dilakukan sebagai bentuk implementasi dari informasi yang telah dimiliki atas sebuah produk yang akan digunakan atau dikonsumsi. Kotler dan Keller (2021:124) keputusan pembelian adalah keputusan yang dibuat selain berdasarkan preferensi merek atau niat membeli, tetapi juga dari adanya informasi yang mencegah adanya perasaan risiko. Kotler dan Keller (2021:121) indikator keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Perilaku Pasca Pembelian

Untuk memudahkan dalam memahami lebih dalam mengenai variabel, definisi, indikator dan pengukurannya dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	INDIKATOR VARIABEL
Citra Merek (X_1)	Citra merek adalah deskripsi mengenai asosiasi dan rasa yakin konsumen pada suatu merek. Firmansyah (2019:66)	1. Merek Mudah Diingat 2. Merek Mudah Dikenal 3. Reputasi Merek Baik Keller (2000) dalam Firmansyah (2019:80)
Kualitas Produk (X_2)	Kualitas produk yaitu memusatkan kualitas pada konsumen sehingga saat produk atau pelayanan memenuhi atau melebihi harapan konsumen artinya penjual telah memberikan kualitasnya. Tjiptono (2008) dalam Safitri dan Agus (2023:36)	1. Rasa 2. Variasi 3. Tampilan 4. Kepercayaan 5. Kesesuaian Wardhani (2012) dalam Azizah, Heru, dan Erlyna (2022:473)
Harga (X_3)	Harga adalah sejumlah nilai yang dapat ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Kotler dan Armstrong (2008:121) dalam Amilliya dan Anton (2023:3)	1. Harga Terjangkau 2. Daya Saing Harga 3. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk 4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk Kotler dan Armstrong (2018:314) dalam Amilliya dan Anton (2023:3)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian yaitu keputusan yang dibuat selain berdasarkan preferensi merek atau niat beli, tetapi juga dari adanya informasi yang mencegah adanya perasaan risiko. Kotler & Keller (2021:124)	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian Kotler dan Keller (2021:121)

Sumber : Penulis (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Abubakar (2021:121) analisis data adalah rangkaian proses yang dilakukan setelah pengumpulan data, kemudian diolah sedemikian rupa sampai pembuatan kesimpulan. Teknik analisis data adalah cara yang digunakan untuk mengolah dan

menganalisis data yang didapatkan untuk ditemukan hasil dari penelitian yang dilakukan. Berbagai analisis data yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari skala dan angka penafsiran, uji kualitas data, uji asumsi klasik hingga uji hipotesis.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Sesuai yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Penggunaan kuesioner memang perlu dikuantifikasi sehingga dibutuhkan skala pengukuran dan angka penafsirannya. Penjelasan terkait skala pengukuran dan angka penafsiran yaitu sebagai berikut.

1. Skala Pengukuran

Sujarweni (2022:102) mendefinisikan skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan menjadi landasan dalam menentukan panjangnya interval dalam alat ukur untuk menghasilkan data berupa angka. Penentuan skala penelitian secara umum dapat berpedoman pada aturan Likert atau Guttman. Penulis menggunakan skala likert karena akan mengukur pendapat atau persepsi tiap orang mengenai fenomena yang terjadi. Setiap pernyataan kuesioner menyediakan 5 (lima) alternatif jawaban dengan skor sebagai berikut:

1) Sangat Setuju (5)
2) Setuju (4)
3) Ragu-Ragu (3)
4) Tidak Setuju (2)
5) Sangat Tidak Setuju (1)

Sumber: Sujarweni (2022:104)

2. Angka Penafsiran

Penafsiran adalah penghubungan hasil analisis dengan pernyataan untuk menemukan arti dari pengumpulan data. Cara mendapatkan interval angka penafsiran dengan cara sebagai berikut:

Angka Penafsiran = (Skor tertinggi – skor terendah) / n = (5 – 1) / 5 = 0,80

Dari hitungan di atas, angka penafsiran yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1) Sangat Tidak Setuju (1,00 - 1,80)
2) Tidak Setuju (1,81 - 2,60)
3) Ragu-Ragu (2,61 - 3,40)
4) Setuju (3,41 - 4,20)
5) Sangat Setuju (4,21 - 5,00)

3.6.2. Persamaan Regresi

Menurut Sahir (2021:51) regresi merupakan metode untuk menggali pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk memperkirakan bagaimana variabel mempengaruhi variabel lain serta bentuk hubungannya. Karena variabel dalam penelitian ini memiliki lebih dari 1 (satu) variabel bebas maka metode regresi yang digunakan adalah regresi berganda. Regresi berganda adalah metode analisis yang melibatkan 2 (dua) atau lebih variabel bebas. Analisis regresi juga digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis yang telah dijabarkan sebelumnya, model regresinya sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e}$$

Keterangan:

Y	=	Keputusan Pembelian
X1	=	Citra Merek
X2	=	Kualitas Produk
X3	=	Harga
b1	=	Koefisien Citra Merek
b2	=	Koefisien Kualitas Produk
b3	=	Koefisien Harga
a	=	Konstanta

Sumber: Sujarweni (2022:160).

Dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS 23* karena lebih mudah dipahami sehingga meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi dalam pengolahan data, juga sebagai bagian memenuhi karakteristik penelitian kuantitatif dimana peneliti dituntut dapat memahami teknik statistik. *Statistical Product and Service Solution* (*SPSS*) adalah salah satu *software* yang dipakai dalam mengolah, menghitung dan menganalisis data secara statistik (Sujarweni, 2022:127).

Sebelum melakukan analisis regresi berganda, perlu memastikan bahwa data yang diolah dapat diukur dan tidak memiliki gejala yang dapat menimbulkan kerancuan. Analisis data tersebut terdiri dari uji kualitas berisi uji validitas dan reliabilitas. Kemudian uji asumsi klasik berisi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Terakhir ada uji hipotesis berisi uji simultan (uji F), koefisien determinasi (R^2) dan uji parsial (uji t).

3.6.3. Uji Kualitas Data

Penggunaan instrumen kuesioner dalam pengumpulan data perlu dilakukan pengujian kualitas untuk mengetahui apakah indikator atau pernyataan yang digunakan sah dan dapat dipercaya atau bisa diukur. Pemahaman responden dalam mengisi kuesioner bergantung pada pemilihan indikator atau pernyataannya, ketika responden dapat memahami dan mengisi sesuai kebenarannya dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel. Artinya, indikator atau pernyataan memiliki kualitas sehingga data dapat diolah dan menghasilkan penelitian yang berkualitas juga. Uji kualitas data dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) pengujian yaitu sebagai berikut.

1. Uji Validitas

Abubakar (2021:129) validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat valid atau sah pada instrumen dalam penelitian. Kuesioner dapat dinyatakan sah atau valid ketika isi pernyataan dalam kuesioner menggambarkan variabel dengan keadaan di lapangan sehingga didapatkan hasil yang benar dan akurat. Pernyataan dalam penelitian harus dapat mendefinisikan suatu variabel tertentu. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} > 0,3 maka data dikatakan valid. Selain itu, uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} > nilai r_{tabel} pada masing-masing pernyataan. Nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (*df*) sebagai berikut:

Degree of Freedom (*df*) = n – 2 (n = jumlah sampel)

df = 100-2 = 98

Signifikansi = 0,05

r_{tabel} = r (0,05;100-2)

Sumber: Sujarweni (2022:108)

Pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r_{tabel} < r_{hitung}. Diketahui *Degree of Freedom* (*df*) untuk sampel sebesar 98 didapatkan r_{tabel} senilai 0,1966. Cara mengetahui nilai r_{hitung} juga dapat diketahui menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi X dan Y

n = Jumlah Subjek

$\sum xy$ = Jumlah Perkalian Antara Skor X dan Y

$\sum x$ = Jumlah Total Skor X

$\sum y$ = Jumlah Total Skor Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari Kuadrat X

$\sum y^2$ = Jumlah dari Kuadrat Y

Sumber: Sahir (2021:32)

Rumus di atas merupakan cara manual untuk menghitung r_{hitung}. Tetapi, pada penelitian ini nilai r_{hitung} menggunakan *software SPSS*. Setelah pernyataan pada kuesioner telah diisi oleh seluruh responden, kemudian diolah dan nilai r_{hitung} terlihat pada nilai *Corrected item - Total Correlation* pada tabel *Item - Total Statistics*.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2001) dalam Sujarweni (2022:169) uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau handal apabila hasil data bersifat konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh pernyataan yang ada di kuesioner secara bersama-sama. Adapun rumus reliabilitas sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

Keterangan:

r = Koefisien Reliability Instrument (*Cronbach's Alpha*)

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total Varians Butir

σ_t^2 = Total Varians

Sumber: Sujarweni (2022:110)

Rumus di atas merupakan cara manual dalam uji reliabilitas. Dalam penelitian ini, reliabilitas dihitung dengan menggunakan *software SPSS*. Seluruh pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila hasil nilai *Cronbach's Alpha* yang ada pada tabel *Reliability Statistics* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2001) dalam (Sujarweni, 2022:169).

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji data yang ada pada analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji-uji tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Sujarweni (2022:120) uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data yang digunakan terdistribusi normal atau tidak. Data harus terdistribusi normal agar layak digunakan dalam penelitian. Untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan berbagai pendekatan. Pada penelitian ini, pengujian normalitas menggunakan pendekatan grafik histogram dan *Kolmogorov-Smirnov*.

Uji ini dilakukan dengan bantuan *Software SPSS*, pendekatan grafik data yang berdistribusi normal ditandai dengan bentuk histogram yang proporsional. Selain itu, agar dapat diketahui secara objektif data berdistribusi normal atau tidak dapat melakukan deteksi pada residual menggunakan pendekatan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi > 0,05 (Ghozali, 2005) dalam (Sujarweni, 2022:225).

2. Uji Multikolinieritas

Sahir (2021:70) uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang tinggi pada variabel bebas dengan variabel bebas lainnya. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas yang terjadi dapat menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (*VIF*) dan *Tolerance* (*TOL*). Metode ini dirumuskan sebagai berikut:

$$VIF = (bi^{\wedge}) = \frac{1}{\left(1 - \mathrm{R}_{\mathrm{j}}^{2}\right)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

$$TOL = \left(1 - R_j^2\right) = \frac{1}{VIF_t}$$

Sumber: Sahir (2021:70-71)

Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya multikolinearitas pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan *software SPSS*. Hasil dapat dilihat pada tabel

Collinearity Statistics. Apabila nilai pada kolom *Tolerance* > 0,1 atau VIF < 10 maka dapat disimpulkan antar variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas (Sahir, 2021:70).

3. Uji Heteroskedastisitas

Sahir (2021:69) heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya kesamaan varians dari residual antar pengamatan. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan. Pada penelitian ini, uji dilakukan dengan pendekatan grafik *Scatterplot* dan uji *glejser* melalui *software* SPSS.

Data terindikasi heteroskedastisitas diketahui dari titik-titik data *Scatterplot* yang tidak membentuk pola tertentu. Selain itu, dapat diketahui secara objektif tidak adanya indikasi heteroskedastisitas dengan melakukan pendekatan uji *glejser*. Dalam uji *glejser*, data dikatakan tidak terindikasi gejala heteroskedastisitas apabila hasil uji memiliki nilai signifikansi > 0,05 (Ghozali, 2005 dalam Sujarweni, 2022:226).

3.6.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mencari dan menentukan ada atau tidaknya pengaruh antara seluruh variabel yang terlibat dan seberapa besar pengaruhnya. Uji hipotesis yang digunakan yaitu uji simultan (uji F), koefisien determinasi, uji parsial (uji t), dan pengaruh dominan. Pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh keseluruhan variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikatnya. Langkah-langkah pengujiannya yaitu sebagai berikut.

Hipotesis

Ho: Secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Ha: Secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Taraf nyata = 95%

Degree of Freedom (df) F_{tabel} = (0,05, k, n-k-1)

F_{tabel} = (0,05, 3, 100-3-1)

Keterangan:

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Sampel

Sumber: Sujarweni (2022:163)

Langkah diatas merupakan pengujian untuk mengambil keputusan melalui nilai F_{hitung} dan F_{tabel}. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho diterima dan sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak. Diketahui nilai F tabel pada penelitian ini sebesar 2,70. Nilai F_{hitung} diketahui dengan menggunakan bantuan *software SPSS*, nilai F_{hitung} terletak pada F di tabel *ANOVA*. Selain itu, uji simultan dapat disimpulkan berdasarkan nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi > 0,05, maka Ho diterima dan apabila nilai signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikatnya dalam bentuk persentase. Untuk mengetahui koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software SPSS*. Hasil koefisien determinasi ini terletak pada nilai *Adjusted R Square* di tabel *Model Summary*.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Langkah-langkah pengujiannya yaitu sebagai berikut:

Hipotesis

Ho: Secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Ha: Secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Level of Significant = 0,05

Degree of Freedom (df) t_{tabel} = (n-k-1) = (100-3-1)

Sampel = 96

Keterangan:

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Sampel

Sumber: Sahir (2021:64)

Langkah diatas merupakan pengujian untuk mengambil keputusan melalui nilai t_{hitung} dan t_{tabel}. Diketahui nilai t_{tabel} untuk penelitian ini sebesar 1,985. Apabila $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima dan apabila $t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak. Nilai t_{hitung} dapat diketahui dengan menggunakan bantuan *software SPSS*, nilai t_{hitung} terletak pada nilai t di tabel *Coefficients*. Selain itu, uji parsial dapat

disimpulkan berdasarkan nilai signifikansi. Apabila signifikansi > 0,05, maka Ho diterima dan apabila nilai signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak.

4. Pengaruh Dominan

Pengaruh dominan pada analisis regresi linier berganda untuk mengetahui variabel bebas yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan hasil variabel bebas yang paling dominan dengan menggunakan bantuan *software SPSS*. Hasil dapat terlihat pada nilai tertinggi *Standardized Coefficient Beta* di tabel *Coefficients.*