

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada konteks penelitian, metode adalah metodologi ilmiah yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data untuk tuntutan dan tujuan tertentu. Dalam upaya mematuhi standar ilmiah, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengukur fenomena yang diteliti secara numerik, menggunakan analisis statistik untuk mengolah data, dan mengevaluasi hubungan antar variabel yang diteliti secara objektif. Dengan demikian, penggunaan pendekatan kuantitatif diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih terstruktur, dapat diandalkan, dan mudah dipertanggungjawabkan (Priadana & Sunarsi, 2021).

Metode pendekatan kuantitatif dikenal juga sebagai teknik ilmiah yang mengkaji secara metodis komponen, fenomena, dan hubungannya. Metode ini biasanya terorganisir, dipikirkan dengan matang, dan tidak ambigu di seluruh proses penelitian, apapun keadaan yang dihadapi di lapangan. Metode kuantitatif sering digambarkan dengan istilah prosedur tradisional, *positivistik*, dan ilmiah. Ungkapan "metode tradisional" menggambarkan metode tersebut memiliki sejarah penggunaan yang panjang dan sebagai komponen tradisi penelitian. Di sisi lain, kata "*positivistik*" menggambarkan landasan filosofisnya, yaitu *positivisme*. Karena mengikuti prinsip-prinsip ilmiah yang konkret, berbasis bukti, objektif, dapat diukur, logis, dan sistematis, semuanya sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dianggap sebagai teknik ilmiah. Dengan metode ini, peneliti dapat mengumpulkan data kuantitatif dan menerapkan analisis statistik untuk memperoleh pemahaman lebih dalam terhadap fenomena yang dipelajarinya. Hasilnya, pendekatan kuantitatif memberikan dasar yang kuat untuk penelitian yang lebih terorganisir dan tidak memihak (Hardani et al., 2022).

Pada pelaksanaan penelitian kuantitatif ini, metode survei merupakan salah satu langkah yang dilakukan peneliti untuk menyempurnakan prosedur pengumpulan data. Data primer dan sekunder adalah dua sumber informasi utama yang digunakan dalam prosedur ini. Data primer merupakan informasi asli mengacu pada data yang dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner sebagai pendekatan utama yang digunakan. Metode ini memungkinkan peneliti mengumpulkan data dari partisipan dengan cepat dan efisien, mendukung validitas dan reliabilitas hasil penelitian (Sihotang, 2023). Sebaliknya, data sekunder mencakup materi yang sudah ada, dikumpulkan sebelum penelitian dimulai, dan berasal dari sumber tidak langsung seperti jurnal dan artikel online, buku di perpustakaan, dan manuskrip yang diterbitkan.

Proses survei dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara langsung dari responden, memberikan dimensi keaktualan terhadap fenomena yang diteliti. Sementara itu, data sekunder, yang bersumber dari literatur dan publikasi sebelumnya, memberikan landasan teoretis yang kokoh untuk mendukung dan mengarahkan penelitian ini.

3.2 Objek Penelitian

Identifikasi objek penelitian menjadi tahap yang sangat penting ketika melakukan sebuah penelitian. Objek penelitian merupakan elemen kunci yang memberikan fokus kepada peneliti untuk menggali fenomena yang memiliki relevansi signifikan terkait dengan keputusan pembelian konsumen Domino's Pizza di kawasan Jabodetabek. Objek pada penelitian ini merupakan variabel Y, yaitu Keputusan Pembelian pada Domino's Pizza di Jabodetabek. Penelitian ini memusatkan perhatian pada variabel X, yaitu Harga, Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk sebagai faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel-variabel ini dipilih karena mereka memainkan peran kunci dalam

mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap produk atau layanan tertentu.

Pada penelitian ini, peneliti dengan sengaja memilih Domino's Pizza sebagai objek penelitian, memfokuskan variabel independennya pada Harga (X1), Promosi (X2), Citra Merek (X3), dan Kualitas Produk (X4), sementara Keputusan Pembelian (Y) dijadikan sebagai variabel dependen. Unit analisis penelitian ini adalah para responden yang merupakan pelanggan Domino's Pizza di kawasan Jabodetabek.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Suriani & Jailani (2023), populasi merujuk pada seluruh objek atau subjek penelitian yang memenuhi karakteristik tertentu yang menjadi fokus penyelidikan untuk kemudian ditarik kesimpulan. Populasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga dapat mencakup berbagai elemen lain seperti hewan, tumbuhan, fenomena alam, barang, gejala, atau peristiwa yang memiliki karakteristik khusus dan relevan dengan permasalahan penelitian. Populasi ini menjadi basis sampel yang dapat digunakan untuk analisis dalam penelitian yang sedang dilakukan. Populasi penelitian ini mencakup keseluruhan masyarakat yang berada di Kawasan Jabodetabek. Hasil temuan dari populasi ini akan menjadi landasan untuk menggeneralisasikan dampak variabel-variabel yang terlibat terhadap keputusan pembelian konsumen Domino's Pizza secara lebih luas.

3.3.2 Sampel

Menurut Basuki (2021), sampel dapat diartikan sebagai sebagian dari keseluruhan populasi yang bertujuan untuk menjadi representasi yang akurat. Penentuan jumlah sampel dapat disesuaikan dengan berbagai kriteria, seperti mengambil 10 hingga 20 persen dari jumlah populasi atau lebih. Jika jumlah objek penelitian tergolong sedikit (kurang dari 30

orang), disarankan untuk menggunakan sampel total (sensus), di mana seluruh elemen populasi menjadi objek penelitian.

Penelitian ini mengadopsi teknik *non-probability sampling*, di mana tidak diperlukan pengetahuan pasti tentang jumlah populasi. Dengan demikian, tidak setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, yang dapat dipengaruhi oleh subjektivitas dalam pemilihan sampel oleh peneliti. Teknik *purposive sampling*, yang termasuk dalam kategori *sampling non-probability*, dipilih untuk digunakan dalam studi ini. Metode ini memungkinkan pengumpulan data yang lebih tepat sasaran dan relevan dengan memungkinkan peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Asrulla et al., 2023).

Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, peneliti melakukan pemilihan sampel secara subyektif dengan tujuan tertentu. Tata cara *purposive sampling* yang harus diimplementasikan oleh peneliti melibatkan penilaian terhadap populasi yang relevan dan penyingkiran elemen-elemen yang tidak sesuai agar dapat dijadikan sampel (Rizky et al., 2023). Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dikarenakan peneliti percaya bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari kelompok sasaran khusus yang memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan, sejalan dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Dengan demikian, sampel bertujuan memungkinkan untuk pengumpulan data yang lebih terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilihan sampel ini diarahkan oleh pemahaman peneliti tentang potensi kelompok tersebut untuk menyediakan data yang dibutuhkan.

Dalam penelitian ini, metode *purposive sampling* diterapkan dengan seleksi responden yang terdiri dari individu yang memiliki pengetahuan tentang produk Domino's Pizza.

Besar sampel minimal dalam penelitian ini mengacu pada metode yang diajukan oleh Hair et al., (2022), yaitu sepuluh kali jumlah item indikator dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Item indikator

dalam penelitian ini berjumlah 19 item, maka diperlukan jumlah sampel minimal 190.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Langkah penting dalam melakukan penelitian adalah pengumpulan data, karena data yang dikumpulkan di sini berfungsi sebagai landasan utama. Pemanfaatan peralatan penelitian yang andal dan strategi pengumpulan data yang tepat sangat penting untuk keberhasilan setiap proyek penelitian (Ardiansyah et al., 2023). Dalam penelitian ini, data primer yang merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian menjadi sumber referensi utama. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner, yang juga dikenal sebagai angket. Kuesioner ini akan dibagikan melalui sosial media berupa whatsapp, Instagram, dan line. Pemilihan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data dipertimbangkan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti untuk menghimpun data yang relevan dengan fokus penelitian, yakni melalui jawaban yang diberikan oleh responden dalam kuesioner tersebut. Ketika peneliti telah secara tepat mendefinisikan variabel yang akan diukur dan memiliki pemahaman yang kuat tentang harapan yang ingin mereka peroleh dari responden, maka penggunaan kuesioner sebagai alat pengumpulan data menjadi lebih efektif (Nashrullah et al., 2023).

Pengumpulan data dari responden yang berminat mengonsumsi produk dari Domino's Pizza akan dilakukan dengan pembagian kuesioner melalui *Google Forms*. Keputusan ini diambil untuk memberikan kemudahan kepada responden dalam melengkapi kuesioner dengan cepat dan efisien. Melalui *platform Google Forms*, responden dapat mengakses kuesioner secara online dengan mudah, mengisi jawaban dengan kenyamanan, dan mengirimkannya secara langsung. Pemanfaatan teknologi ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi responden, mencapai efisiensi dalam pengumpulan data, serta menyederhanakan proses analisis data selanjutnya.

Instrumen penelitian yang disiapkan akan menggunakan skala *likert* dengan empat poin atau opsi jawaban, yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi respons dari responden. Skalanya dimulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Penelitian ini menggunakan skala *likert* empat poin untuk mengatasi potensi kelemahan yang terkait dengan skala lima poin. Secara khusus, adanya pilihan yang meragukan dapat membatasi kuantitas data penelitian yang dikumpulkan dan jumlah informasi yang diperoleh dari tanggapan responden. Menurut Suasapha (2020), kuesioner dengan opsi jawaban kurang dari lima juga dianggap sebagai instrumen yang dapat dijawab dengan cepat oleh responden. Oleh karena itu, penggunaan skala *likert* empat poin diperkirakan akan memberikan hasil yang lebih akurat karena responden tidak perlu menebak-nebak jawaban mereka. Berikut adalah tabel yang menggambarkan skala *likert* empat poin:

Tabel 3. 1 *Scoring pada Skala Likert*

No.	Opsi Jawaban	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Suasapha (2020)

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional, yang memberikan arahan tentang cara mengukur variabel yang digunakan, merupakan bagian penting dari penelitian. Informasi yang terdapat dalam definisi operasional memiliki nilai yang sangat penting bagi peneliti lain yang berencana untuk melakukan studi dengan variabel yang serupa. Dengan merujuk pada definisi operasional, peneliti dapat memahami prosedur pengukuran yang harus

diimplementasikan untuk variabel yang dibangun berdasarkan konsep yang serupa. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menentukan apakah perlu mempertahankan prosedur pengukuran yang telah ada ataukah ada kebutuhan untuk merancang metode pengukuran yang baru. Secara lebih spesifik, Definisi operasional adalah penjabaran atau deskripsi yang diberikan oleh peneliti untuk menguraikan secara jelas dan spesifik tentang bagaimana suatu variabel yang dipilih akan dinilai atau diamati pada konteks penelitian tertentu (Vionalita, 2019).

Terdapat 2 (dua) macam variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel Independen (X): Harga (X1), Promosi (X2), Citra Merek (X3), Kualitas produk (X4)
2. Variabel Dependen (Y): Keputusan Pembelian (Y)

Untuk memastikan keakuratan pengukuran dan mencegah kemungkinan kesalahan, setiap variabel dalam penelitian ini akan dibatasi oleh definisi operasional yang mencakup konsep dan indikator yang digunakan.

Tabel 3.2. *Definisi Operasional Variabel Penelitian*

No	Variabel	Sumber	Definisi Operasional	Indikator
1.	Harga (X1)	(Tjiptono, 2019)	Harga merupakan suatu nilai yang menentukan berapa banyak uang yang dihasilkan dari penjualan suatu barang atau jasa dan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan perusahaan. Penetapan harga yang lebih tinggi dapat	Keterjangkauan harga Kesesuaian harga Perbandingan harga

			mengakibatkan penjualan yang lebih rendah, dan sebaliknya	
2.	Promosi (X2)	(Cardia et al., 2019)	Promosi merupakan suatu aktivitas pemasaran yang produknya dimaksudkan untuk diingat, dipengaruhi, dan/atau dibujuk oleh pasar sasaran melalui serangkaian tindakan pemasaran. Tujuannya agar pasar mau membeli dan menahan produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan.	Kualitas promosi
				Jumlah promosi
				Waktu promosi
				Keakuratan dan kesesuaian tujuan promosi
3.	Citra Merek (X3)	(Sahabuddin et al., 2023)	Citra merek dapat dijelaskan sebagai jumlah ingatan, asosiasi, dan persepsi yang terkait dengan suatu merek dalam pikiran konsumen.	Keunggulan Merek
				Kekhasan Merek

			Definisi ini menggambarkan citra merek sebagai hasil dari interaksi dan pengalaman konsumen dengan merek tersebut.	Kekuatan Merek Ide-ide terkait
4.	Kualitas Produk (X4)	(Arlisa et al., 2023)	Kemampuan suatu produk untuk memberikan kinerja atau hasil yang dapat diandalkan dan terkadang bahkan melampaui harapan pelanggan disebut sebagai kualitas produk.	Tampilan Rasa Inovasi Makanan Kesegaran
5.	Keputusan Pembelian (Y)	(Aulia et al., 2023)	Keputusan pembelian dapat didefinisikan sebagai sebuah proses penentuan di antara dua atau lebih opsi pilihan, di mana seseorang harus memutuskan apakah akan melakukan pembelian atau tidak. Ini merupakan titik keputusan krusial yang menandai	Sesuai kebutuhan Menawarkan keuntungan Ketepatan dalam melakukan pembelian produk

			langkah akhir dalam proses pembelian.	Proses Pembelian Produk
--	--	--	---------------------------------------	-------------------------

Sumber: (Cardia et al., 2019), (Sahabuddin et al., 2023), (Arlisa et al., 2023), (Aulia et al., 2023), (Anwar & Budhi, 2019)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses penting dalam penelitian yang melibatkan pemeriksaan data dari berbagai instrumen penelitian seperti catatan, dokumen, hasil tes, rekaman, dan lain-lain. Tujuan dari proses ini adalah untuk mempermudah pemahaman data sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan dari hasil analisis (Priadana & Sunarsi, 2021). Dalam studi ini, diterapkan analisis regresi linear berganda, suatu teknik statistik untuk memahami hubungan antara satu variabel tergantung dengan dua atau lebih variabel bebas. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan statistik deskriptif dan inferensial. Menurut Sihotang (2023), statistik inferensial sangat berguna dalam situasi penelitian yang membutuhkan penarikan kesimpulan mengenai sifat atau hubungan antara variabel dalam suatu populasi. Statistik inferensial bekerja dengan mengambil kesimpulan dari sampel yang dianggap mewakili populasi tersebut. Statistik deskriptif berguna untuk memberikan detail yang bermanfaat dan penjelasan mendetail tentang fitur data, termasuk distribusi, konsentrasi, variasi, dan metrik struktur. Dengan tujuan utama memberikan gambaran yang jelas tentang sifat-sifat dasar dataset, seperti pusat distribusi, dispersi, dan bentuk distribusi (Husnul et al., 2019).

Dalam penelitian ini, metode analisis inferensial diterapkan dengan menggunakan rumus statistik. Hasil perhitungan dari proses ini digunakan untuk membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasikan (Harahap et al., 2021). Analisis yang diterapkan mencakup pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik (seperti normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), serta pengujian hipotesis (termasuk uji T, uji F, dan

koefisien determinasi). Untuk menguji data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perangkat lunak *smartPLS*. Salah satu fungsi utama dari perangkat lunak *SmartPLS* adalah untuk mengevaluasi dan menguji hubungan antara berbagai variabel dalam sebuah model. Peneliti menggunakan *Smart PLS* dikarenakan lebih efektif dalam menangani ukuran sampel kecil, Menyediakan alat visualisasi yang kuat untuk menggambarkan hubungan antar variabel dalam model regresi linear berganda, memudahkan interpretasi dan komunikasi hasil. Dan juga *smartPLS* menghasilkan parameter yang lebih stabil ketika menghadapi multikolinearitas di antara variabel independen. Hubungan antara variabel laten serta variabel laten dan indikator (Permata, 2023).

3.7 Analisis Statistik Deskriptif

Istilah analisis statistik deskriptif mengacu pada serangkaian teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dan penyajian data dalam kelompok. Tujuannya adalah untuk memberikan detail yang bermanfaat dan penjelasan mendetail tentang fitur data, termasuk distribusi, konsentrasi, variasi, dan metrik struktur. Dengan tujuan utama memberikan gambaran yang jelas tentang sifat-sifat dasar dataset, seperti pusat distribusi, dispersi, dan bentuk distribusi. Metode ini digunakan untuk merangkum dan mengkarakterisasi data dalam suatu sampel atau populasi. Statistika deduktif adalah nama lain dari analisis ini yang merupakan seperangkat prosedur untuk mengumpulkan, mengorganisasikan, mengolah, menyajikan, dan mengevaluasi data numerik. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum yang terorganisir, ringkas, dan dapat dipahami tentang situasi, kejadian, atau gejala tertentu. Tujuannya adalah untuk menyajikan ciri-ciri suatu sampel, populasi, atau kumpulan data tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi besar tentang populasi dari data sampel (Husnul et al., 2019).

3.8 Uji Validitas dan Reabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas merujuk pada proses untuk memastikan bahwa sekelompok variabel mencerminkan konstruk laten teoretis yang sedang diukur. Dalam konteks pengujian validitas meliputi validitas konvergen dan validitas diskriminan. Kedua uji tersebut menjadi persyaratan penting dalam pengembangan instrumen, memastikan bahwa data yang dihasilkan dapat dipertanggung jawabkan dan mewakili konsep teoretis yang diinginkan. Validitas konvergen mengevaluasi tingkat hubungan antar variabel satu sama lain, sementara validitas diskriminan mengevaluasi sejauh mana variabel-variabel yang berbeda benar-benar dapat dibedakan. Dengan memperhatikan keduanya, peneliti dapat memastikan keakuratan dan ketepatan instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian (Febrianti et al., 2023).

a. Validitas Konvergen

Korelasi yang tinggi antara ukuran suatu konstruk ditekankan oleh validitas konvergen. Evaluasi *loading factor* setiap indikator konstruk diperlukan untuk memvalidasi validitas indikator refleksi dalam konteks analisis menggunakan program *smartPLS*. Secara umum, nilai *loading factor* untuk penelitian konfirmatori harus lebih besar dari 0,7, dan kisaran optimal untuk penelitian eksplorasi adalah antara 0,6 - 0,7. Selain itu, nilai *avarege variance extracted* (AVE) juga menjadi tolok ukur, dan seharusnya lebih besar dari 0,5 (Muhson, 2022). Peneliti dapat memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam konstruk tertentu memiliki validitas konvergen yang memadai berdasarkan jenis penelitian yang mereka lakukan dengan mengikuti rekomendasi tersebut (Hamid & Anwar, 2019).

b. Validitas Diskriminan

Pentingnya validitas diskriminan menyoroti perlunya korelasi yang rendah antara penilaian berbagai konstruk yang berbeda. Uji validitas diskriminan dalam analisis indikator reflektif

memerlukan penentuan nilai *cross-loading*. Nilai *cross-loading* setiap variabel harus lebih tinggi dari 0,70 (Muhson, 2022). Jika korelasi antara satu konstruk dengan konstruk lain dalam model lebih kecil dari nilai akar rata-rata varians yang diekstraksi (*average variance extracted/AVE*) untuk konstruk tersebut, maka model dianggap memiliki validitas diskriminatif yang memadai. Peneliti dapat memastikan bahwa berbagai konstruksi dapat dibedakan secara akurat satu sama lain dalam analisis data dengan mengikuti konsep ini (Hamid & Anwar, 2019).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah teknik yang digunakan untuk menilai seberapa konsisten sebuah alat pengukur, seperti kuesioner, dalam menghasilkan hasil yang seragam atau dapat diandalkan. Reliabilitas secara umum menunjukkan seberapa bisa dipercayanya atau dapat diandalkannya alat pengukur tersebut dalam mengukur variabel yang ditargetkan. Peneliti dapat menjamin kebenaran data yang mereka kumpulkan dengan melakukan pengujian reliabilitas untuk memastikan instrumen kuesioner yang mereka gunakan dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan dari waktu ke waktu. Setiap pernyataan atau pertanyaan dalam instrumen penelitian diuji reliabilitasnya secara ekstensif. Nilai *Cronbach's alpha* digunakan untuk mengambil keputusan mengenai reliabilitas kuesioner. Angka yang lebih dari 0,70 menunjukkan bahwa kuesioner tersebut dianggap dapat diandalkan, sedangkan nilai yang kurang dari 0,70 menunjukkan bahwa kuesioner tersebut tidak dapat diandalkan (Muhson, 2022). Oleh karena itu, untuk memastikan peralatan penelitian konsisten dan menghasilkan data yang akurat, pengujian reliabilitas sangat penting (Taopik et al., 2023).

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah tahapan penting sebelum melakukan analisis regresi berganda untuk memastikan bahwa estimasi parameter dan koefisien

regresi tidak terpengaruh oleh bias. Uji ini mencakup pengujian normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Prosedur ini dilakukan untuk memverifikasi bahwa asumsi dasar analisis regresi telah terpenuhi.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah residual dari model regresi mengikuti distribusi normal atau mendekati distribusi normal. Keberhasilan model regresi ditentukan oleh seberapa dekat residual yang distandarisasi dengan nilai rata-rata, yang menandakan bahwa distribusi residual adalah normal (Rosa Indah et al., 2020). Walaupun analisis grafis dapat memberikan gambaran, kelemahan utamanya adalah sifatnya yang subjektif.

Pengkajian ini memakai skor kurtosis dan skewness (Syahidin et al., 2022). Data lebih 30 dikatakan normal atau disebut sampel besar (Fahmeyzan et al., 2018). Uji normalitas melalui uji kurtosis dan skewness memiliki kriteria sebagai berikut (Indriaty et al., 2023):

- 1) Apabila skor kurtosis dan skewness $<$ skor 2 dan -2, sehingga diartikan data berdistribusi normal.
- 2) Seandainya skor kurtosis dan skewness $>$ skor 2 dan -2, bisa diartikan data tak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas ini krusial untuk memastikan bahwa asumsi dasar mengenai distribusi normal residual terpenuhi, sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan dengan baik.

3.9.2 Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat keterkaitan linear antara variabel independen dalam sebuah studi. Dalam studi ini, multikolinieritas dievaluasi dengan memeriksa nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Umumnya, adanya multikolinieritas diindikasikan jika nilai toleransi lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2021). Dengan menggunakan batasan ini, penelitian dapat memastikan bahwa variabel independen tidak

memiliki korelasi yang signifikan satu sama lain, sehingga hasil analisis menjadi lebih andal.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat ketidaksamaan dalam varian residual antara satu observasi dengan observasi lainnya dalam model regresi (Ghozali, 2021). Untuk menghindari indikasi heteroskedastisitas, nilai signifikansi harus lebih besar dari alpha (0,05). Dengan kata lain, jika hasil uji menunjukkan signifikansi di bawah tingkat kepercayaan 5%, maka hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksamaan varian yang perlu diatasi.

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah penting dalam menentukan apakah suatu permasalahan dapat diterima atau ditolak. Dalam konteks penelitian, setelah perumusan hipotesis, keterlibatan statistik menjadi alat pengukur untuk menganalisis data dengan tujuan membuktikan atau memverifikasi hipotesis tersebut. Proses pengujian hipotesis memungkinkan peneliti untuk melakukan penolakan atau penerimaan terhadap hipotesis yang diajukan (Ritonga et al., 2023). Pengujian hipotesis terbagi menjadi dua kategori, yakni pengujian hipotesis secara parsial dan secara simultan. Pengujian hipotesis parsial menggunakan uji-t, sedangkan pengujian hipotesis simultan menggunakan uji-F (Rosa Indah et al., 2020). Artinya, kita bisa menilai efek dari masing-masing variabel independen secara terpisah dengan uji-t, atau mengevaluasi pengaruh keseluruhan dari semua variabel independen secara bersamaan dengan uji-F.

3.10.1 Koefisien Determinasi

Imam Ghozali (2021) menyatakan bahwa Adjusted R Square digunakan untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan variasi

pada variabel dependen, dengan mempertimbangkan jumlah variabel independen yang terlibat. Koefisien ini memberikan pandangan yang lebih akurat mengenai seberapa baik model dapat menjelaskan pola variasi dalam data, dengan memperhitungkan kompleksitas model dan jumlah variabel yang digunakan. Oleh karena itu, Adjusted R Square adalah ukuran yang lebih kritis untuk menilai kualitas model regresi.

3.10.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengevaluasi keberlakuan hipotesis dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linear berganda. Statistik F menentukan apakah minimal satu variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Proses uji F membandingkan nilai F yang dihitung dengan nilai F yang tercantum dalam tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel ANOVA pada kolom p-value dengan kriteria ini:

- a. Jika nilai p-value $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa minimal satu variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai p-value $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada bukti yang cukup untuk menyatakan adanya pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel independen dan variabel dependen.

3.10.3 Uji T

Ghozali (2021) menjelaskan bahwa Uji t berperan dalam menilai pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji ini membantu mengukur seberapa besar kontribusi setiap variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi menggunakan nilai p-value yang ditetapkan $< 0,05$ dan nilai t-value yang

ditetapkan sebesar $>1,96$ dengan metode bootstrapping (Muhson, 2022).

Berikut adalah kriteria pengujian hipotesis:

- Jika nilai *p-value* lebih besar dari 0,05 dan nilai *t-value* lebih kecil dari 1,96, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak.
- Jika nilai *p-value* kurang dari 0,05 dan nilai *t-value* lebih besar dari 1,96, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.