

BAB III

KAJIAN PUSTAKA

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:2), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data tersebut diperoleh dan digunakan untuk memahami masalah, memecahkan masalah, ataupun mengantisipasi masalah untuk membuat suatu kemajuan dari suatu fenomena atau masalah yang terjadi dari suatu objek penelitian. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah produk kecantikan di Hanasui melalui platform *marketplace* Shopee, dan subjek dari penelitian ini adalah konsumen Hanasui yang telah melakukan pembelian per bulan Juli sampai dengan bulan Januari 2025. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, dimana data primer diterima dengan cara menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *google form*.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Schindler (2022:75), desain penelitian adalah rencana terperinci yang mencakup langkah-langkah spesifik yang dapat diukur, yang dirancang untuk mencapai tujuan penelitian. Desain penelitian memberikan arahan yang jelas tentang prosedur penelitian, pertanyaan dan pernyataan, informasi, dan hubungan antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran identitas merek dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian. Menurut Schindler (2022:78), desain penelitian dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu:



a. Tujuan Penelitian

Penelitian ini masuk ke dalam kategori kausal-prediktif. Studi kausal-prediktif adalah studi yang berusaha memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tetap mengendalikan variabel lainnya konstan. Penelitian ini menganalisis pengaruh identitas merek dan pengetahuan produk sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

b. Kemampuan Peneliti untuk Memanipulasi Variabel

Penelitian ini termasuk pada kategori *ex post facto design*, dimana peneliti tidak memiliki kendali dan memanipulasi suatu variabel. Peneliti hanya mendapatkan data dari sampel apa adanya, tanpa adanya manipulasi yang bisa membuat bias sesuatu penelitian.

c. Ruang Lingkup Topik

Ruang lingkup topik dalam penelitian ini termasuk pada kategori studi statistik, dimana peneliti menggunakan metode kualitatif untuk menguji hipotesis penelitian serta memperoleh karakteristik populasi menggunakan karakteristik sampel penelitian.

d. Fokus Pengukuran

Fokus pengukuran di penelitian ini menggunakan metode riset kuantitatif untuk mengumpulkan data yang akan diolah untuk meneliti suatu fenomena. Peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa survei dengan alat bantu kuesioner *google form*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



g.

Kompeksitas Desain Penelitian

Kompeksitas desain penelitian dalam penelitian ini menggunakan *single methodology design*, dimana peneliti hanya meneliti melalui satu metode, yaitu kuesioner untuk mengumpulkan data.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa teknik komunikasi, dimana peneliti melontarkan pertanyaan dan pernyataan kepada responden menggunakan alat bantu kuesioner *google form*.

Lingkungan Penelitian

Penelitian dilakukan sesuai keadaan apa yang terjadi sebenarnya di lapangan (*field conditions*). Data yang didapat melalui kuesioner merupakan data yang mencerminkan keadaan yang sebenarnya.

Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan dimensi waktu *cross-sectional studies*, dimana peneliti hanya merepresentasikan potongan dari peristiwa dalam satu titik waktu tertentu, yang memungkinkan analisis karakteristik pembelian konsumen pada periode waktu tersebut.

Kesadaran Peserta dalam Penelitian

Kesadaran peserta dari penelitian ini menggambarkan keadaan yang terjadi sebenarnya dan peserta tidak mengalami perubahan dalam keseharian mereka. Peneliti meneliti peserta tanpa dipengaruhi peneliti atau pihak lain.

g. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Menurut Schindler (2022:91), populasi adalah sekumpulan entitas yang secara kolektif memiliki karakteristik atau informasi yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan dari suatu penelitian. Populasi mencakup semua individu, peristiwa, catatan yang relevan dengan ruang lingkup penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Hanasui di *marketplace* Shopee per bulan Juli 2024 sampai dengan Januari 2025.

b. Sampel Penelitian

Menurut Schindler (2022:91), sampel adalah sekelompok peserta, peristiwa, atau catatan yang merepresentasikan suatu populasi. Sampel digunakan dalam penelitian untuk menarik kesimpulan tentang populasi secara keseluruhan, serta mempermudah pengambilan data untuk tujuan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengambilan sampel *non-probability sampling*, metode ini dipilih karena peneliti ingin memilih sampel yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan, serta peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah konsumen Hanasui di Shopee.

Menurut Sugiyono (2022:288), teknik pengambilan sampel dari metode *non-probability sampling*, seperti meliputi *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling incidental*, *purposive sampling*, *sampling* jenuh, *snowball sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dari penulis. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Responden pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk kecantikan yang dijual oleh Hanasui melalui *marketplace* Shopee.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Responden berkelamin wanita berusia minimal 15 tahun hingga 38 tahun.

Menurut Hair et al. (2019), ukuran sampel yang ideal untuk penelitian adalah minimal 100 responden. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 responden untuk mencapai hasil yang representatif dan dapat diandalkan.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di dalam penelitian ini berlokasi di daerah Jakarta, Bogor Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) dengan subjek penelitian konsumen wanita berusia 15 hingga 38 tahun yang pernah menggunakan dan membeliproduk Hanasui pada *marketplace* Shopee.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:38), variabel diartikan sebagai segala hal yang dapat diukur dan dikaji dalam penelitian yang dapat menghasilkan kesimpulan. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah identitas merek (X_1) dan pengetahuan produk (X_2), serta keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

3.5.1 Variabel Independen (Bebas)

Menurut Hair et al. (2019:2), variabel independen adalah variabel yang menjadi penyebab berubahnya variabel dependen. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu:

- a. Identitas Merek

Menurut Wheeler (2018:35), identitas merek diukur melalui lima indikator utama yang merepresentasikan elemen penting dalam

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membangun identitas merek. Setiap indikator dijelaskan melalui butir-butir pernyataan spesifik yang menggambarkan bagaimana identitas merek dipersepsikan konsumen yang tercantum di tabel berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Identitas Merek (X₁)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Identitas Merek	<i>Brand Essence</i>	Saya yakin Hanasui berkomitmen mendukung masyarakat tampil lebih cantik dengan tagline #CantikmuHanasui.	Likert
	<i>Core Identity</i>	Hanasui menghadirkan produk kecantikan yang sudah diuji secara klinis.	Likert
		Hanasui menggunakan bahan-bahan berkualitas.	Likert
	<i>Extended Identity</i>	Saya merasa pengalaman membeli Hanasui sangat mudah.	Likert
		Setelah menggunakan produk Hanasui saya merasa kulit saya lebih sehat.	Likert
	<i>Value Proposition</i>	Saya merasa produk Hanasui memberikan hasil yang efektif sesuai kebutuhan kecantikan saya.	Likert
		Produk Hanasui membuat saya cantik.	Likert
	<i>Relationship</i>	Layanan <i>customer service</i> Hanasui di Shopee sangat membantu saya.	Likert
		Program <i>membership</i> Hanasui membuat saya lebih ingin berbelanja.	Likert

Sumber : Diolah Peneliti (Lampiran 1 Bagian 4 Hal. 74, 2025)

b. Pengetahuan Produk

Menurut Peter & Olson (2016:70), pengetahuan produk terdiri dari beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur sejauh mana konsumen memahami suatu produk. Indikator-indikator tersebut beserta butir pernyataannya dapat dilihat dalam tabel berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Pengetahuan Produk (X₂)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Pengetahuan Produk	<i>Product Attributes</i>	Hanasui memiliki produk kecantikan dengan kandungan alami yang aman.	Likert
		Kulit saya terasa lebih sehat saat menggunakan Hanasui.	Likert
	<i>Product Benefit</i>	Saya merasa tampil cantik berkat Hanasui.	Likert
		Setelah menggunakan Hanasui saya merasa percaya diri.	Likert
	<i>Product Value</i>	Setelah menggunakan Hanasui, saya merasa nyaman.	Likert

Sumber : Diolah Peneliti (Lampiran 1 Bagian 5 Hal. 74, 2025)

3.5.2 Variabel Dependen (Terikat)

Menurut Schindler (2022:15), variabel dependen adalah variabel yang diteliti oleh peneliti untuk diukur, diperkirakan, atau diamati perubahannya ketika dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan pembelian. Adapun variabel keputusan pembelian dijabarkan melalui tabel berikut:

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian	<i>Product Choice</i>	Saya memilih produk Hanasui karena cocok untuk kulit saya.	Likert
	<i>Brand Choice</i>	Saya memilih Hanasui karena memiliki kualitas yang baik.	Likert
		Saya memilih Hanasui karena memiliki harga yang terjangkau.	Likert
	<i>Store Choice</i>	Saya membeli produk Hanasui di Shopee karena nyaman.	Likert
	<i>Purchase Quantity</i>	Saya membeli produk Hanasui sesuai dengan kebutuhan saya.	Likert
	<i>Purchase Timing</i>	Saya membeli produk Hanasui saat ada diskon di Shopee.	Likert
	<i>Payment Method</i>	Saya memilih metode pembayaran sesuai dengan kenyamanan saya.	Likert

Sumber : Diolah Peneliti (Lampiran 1 Bagian 6 Hal. 75, 2025)



3.6 Teknik Pengumpulan Data

© Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner online menggunakan *google form*. Kuesioner akan disebarakan kepada responden sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Peneliti menggunakan pernyataan dengan pengukuran skala Likert. Menurut Sugiyono (2022:93), skala Likert digunakan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial, dengan menguraikan variabel penelitian ke dalam indikator yang menjadi dasar penyusunan pertanyaan. Berdasarkan Ghazali (2018:14), skala Likert dapat digunakan sebagai skala interval yang mencerminkan preferensi dari sangat tinggi hingga sangat rendah. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan skala Likert dengan urutan tertentu untuk pengukurannya.

Tabel 3.4 Skor Skala Likert

Pernyataan	Skor
Tidak Setuju	1
Kurang Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Ghazali, 2021

3.7 Pengelolaan Data dan Analisis Data

Setelah data berhasil dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, langkah berikutnya adalah pengolahan data. Peneliti akan menggunakan *software* SPSS 26 sebagai alat bantu untuk mengolah data tersebut. Teknik analisis data yang akan diterapkan dalam penelitian ini meliputi:

3.7.1 Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:175), variabel dapat dinyatakan valid apabila variabel tersebut dapat diterapkan untuk melakukan pengukuran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

terkait hal yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner tersebut dapat mengukur variabel yang diukur. Pengujian validitas akan dilakukan dengan $n = 30$ respon. Adapun uji validitas dengan aplikasi menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson* dengan rumus:

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

Keterangan

r_{xy} = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

x = skor setiap pernyataan

y = skor total

Untuk menentukan validitas instrumen, r_{xy} hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%. Jika r_{xy} hitung lebih besar dari r tabel, maka butir instrumen tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika r_{xy} hitung lebih kecil dari r tabel, maka butir tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018: 45), suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban dari responden dari pernyataan-pernyataan yang diberikan konsisten dari waktu ke waktu. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* $> 0,7$.

$$r_{ii} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

r_{ii} = nilai reliabilitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



k = banyak butir pernyataan

$\sum Si$ = jumlah varians skor tiap-tiap *item*

St^2 = varian total

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:206), statistik deskriptif adalah statistik yang bertujuan untuk menganalisa suatu data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa adanya maksud untuk membuat kesimpulan umum dari suatu penelitian. Analisis deskriptif yang dilakukan meliputi:

a. Rata-Rata Hitung (*mean*)

Nilai dari rata-rata hitung diperoleh dari penjumlahan nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang kemudian dibagi dengan jumlah data pengamatan. Rumus rata-rata hitung yaitu:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung

f_i = Frekuensi kelompok data ke-*i*

X_i = nilai data yang diamati

N = jumlah data pengamatan

b. Rentang Skala

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai dasar penilaian. Menurut Schindler (2022:272), skala Likert adalah alat ukur yang terdiri dari sejumlah pernyataan yang merefleksikan sikap individu terhadap suatu objek. Setiap pernyataan diberi nilai numerik, yang kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan gambaran sikap responden secara

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



keseluruhan. Menurut Sugiyono (2022:93), skala Likert memungkinkan pengukuran tanggapan responden dalam rentang dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju(Sugiyono, 2022:93).

Untuk mengklasifikasikan jawaban responden berdasarkan skor yang diperoleh dari masing-masing variabel, penelitian ini menggunakan metode pengujian rentang nilai. Pendekatan yang digunakan untuk menentukan rentang nilai adalah metode *Struges*, yang didasarkan pada skor rata-rata. Rumus untuk menghitung rentang skala, sebagaimana diuraikan oleh Sugiyono (2014:206), adalah sebagai berikut:

$$Rs = \frac{r}{k}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala penelitian

r = *range* (nilai tertinggi - nilai terendah)

k = Jumlah kategori

Dalam penelitian ini, didapatkan nilai tertinggi dengan skor 5 dan nilai terendah dengan skor 1. Dengan jumlah kategori sebanyak 5, dapat ditemukan rentang skala pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Rs = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

Adapun kategorisasi yang dihasilkan dari perhitungan rentang skala penelitian yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.5 Rentang Skala Penelitian

1.00	1.80	2.60	3.40	4.20	5.00
----- ----- ----- ----- -----					
STS		TS		N	
			S		SS

Keterangan:

1.00 – 1.80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1.81 – 2.60 = Tidak Setuju (TS)

2.61 – 3.40 = Netral (N)

3.41 – 4.20 = Setuju (S)

4.21 – 5.00 = Sangat Setuju (SS)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3.7.3 Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Menurut Ghozali (2021:21), analisis tabulasi silang (*crosstab*) adalah metode analisis data yang berfungsi untuk memberikan deskripsi umum terkait karakteristik responden. Analisis ini digunakan sebagai dasar interpretasi data dengan memetakan hubungan antara dua atau lebih variabel kategori melalui tabel silang, yang menampilkan data statistik pada kolom dan baris. Dalam konteks penelitian ini, tabulasi silang digunakan untuk mengevaluasi hubungan karakteristik responden, seperti jenis kelamin, tahun kelahiran, domisili, dan pekerjaan.



3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018:94), analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan serta arah hubungan antara dua atau lebih variabel, yaitu antara variabel dependen dan independen. Variabel dependen diasumsikan bersifat stokastik atau memiliki distribusi probabilitas, sedangkan variabel independen dianggap memiliki nilai tetap dalam pengambilan sampel berulang

a. Estimasi Persamaan Regresi

Model persamaan regresi berfungsi untuk memperkirakan nilai observasi berdasarkan nilai estimasi. Dalam hal ini, nilai observasi pada populasi biasanya dilambangkan dengan Y , sementara hasil estimasi diberi simbol \hat{Y} untuk membedakannya. Persamaan analisis regresi berganda yang diterapkan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel bebas 1 (identitas merek)

X_1 = Variabel bebas 1 (identitas merek)

β_2 = Koefisien regresi variabel bebas 2 (pengetahuan produk)

X_2 = Variabel bebas 2 (pengetahuan produk)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.7.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021:196), uji normalitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengevaluasi apakah *residual* dalam model regresi berdistribusi secara normal. Jika *residual* tidak terdistribusi normal, maka hasil uji statistik dengan ukuran sampel yang tersedia menjadi tidak valid. Untuk mengukur distribusi residual, terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan, yaitu analisis grafik dan analisis statistik. Dalam penelitian ini, uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov* (K-S) diterapkan untuk menguji normalitas *residual*. Uji K-S dilakukan dengan merumuskan hipotesis:

- a. Ho: Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data *residual* berdistribusi normal
- b. Ha: Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data *residual* tidak berdistribusi normal

2. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178), uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah *residual* atau kesalahan prediksi dalam model regresi memiliki pola penyebaran yang konstan atau tidak. Model yang baik adalah model di mana varian *residual* antar pengamatan tetap konsisten. Berikut adalah kriteria uji *heteroskedastisitas*:

- a. Apabila probabilitas $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Apabila probabilitas $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021:157), uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan atau korelasi antar variabel bebas (*independent*) dalam model regresi. Model regresi baik tidak memiliki korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria berikut:

- a. Jika *tolerance* > 0,10 atau $VIF < 10$ maka terjadi gejala multikolinearitas.
- b. Jika *tolerance* < 0,10 atau $VIF \geq 10$ terjadi gejala multikolinearitas.

4. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2021:148), uji F digunakan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh kesesuaian model antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ atau $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ atau $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

5. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Menurut Nuryadi et al. (2017:95), uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji nilai tengah atau rata-rata dengan nilai tertentu.. Uji t berfungsi untuk menguji suatu nilai tertentu berbeda secara nyata atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel.

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah:

1. $H_0: \beta_1 = 0$, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. $H_a: \beta_1 \neq 0$, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel.

Nilai t hitung (t hitung) dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$t_{hit} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s / \sqrt{n}}$$

Keterangan:

t = nilai t hitung

\bar{x} = rata rata sampel

μ_0 = nilai parameter

s = standar deviasi sampel

n = jumlah sampel

Sedangkan nilai t tabel dapat ditemukan berdasarkan derajat kebebasan (df), yang dihitung dengan rumus:

$$t_{tab} = t_{\frac{\alpha}{2}, N - 1}$$

Keterangan:

α = probabilitas



N = jumlah sampel

Uji t dilakukan dengan membandingkan t tabel dengan t hitung. Dasar pengambilan keputusan pada penelitian ini yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ atau t hitung $\geq t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ atau t hitung $\leq t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Jika R^2 mendekati nol, semakin mendekati nol, variabel independen kurang mampu menjelaskan variabel dependen, sementara semakin mendekati satu, kemampuannya semakin kuat.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.