

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk menguji pengaruh antarvariabel menggunakan data berbentuk angka yang dianalisis dengan teknik statistik. Melalui pendekatan ini, hasil penelitian diharapkan lebih objektif, terukur, dan dapat digeneralisasikan.

Metode kuantitatif didasarkan pada pendekatan positivisme yang menekankan pengukuran secara objektif dan pengujian hipotesis menggunakan data numerik. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian kuantitatif terdapat beberapa jenis penelitian, yaitu deskriptif, asosiatif, dan komparatif. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan suatu fenomena, sedangkan penelitian komparatif membandingkan perbedaan antar kelompok. Sementara itu, penelitian asosiatif bertujuan mengetahui hubungan atau pengaruh antarvariabel. Karena penelitian ini ingin menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif.

Pemilihan metode kuantitatif asosiatif didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu menguji hipotesis mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Data diperoleh melalui kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik sehingga hasil penelitian dapat menjelaskan hubungan antarvariabel secara objektif.

Dalam mencapai tujuan penelitian, metode kuantitatif asosiatif memiliki peran penting, yaitu membantu peneliti dalam menguji hubungan antar variabel secara empiris melalui analisis statistik, menentukan tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta menghasilkan

temuan yang objektif, valid, dan reliabel. Dengan demikian, penggunaan metode ini tidak hanya mampu menjawab rumusan masalah penelitian, tetapi juga berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui pengujian teori secara sistematis dan empiris (Sugiono, 2022).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri atas tiga variabel, yaitu kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Ketiga variabel tersebut merupakan konsep penting dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya pada transaksi melalui platform digital.

Penelitian ini berfokus pada perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, namun penelitian ini hanya membahas dua faktor utama, yaitu kualitas produk dan harga.

Perkembangan *e-commerce* dan *social commerce* yang semakin pesat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang kompetitif agar mampu menarik minat konsumen. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian menjadi penting untuk dilakukan (JPTAM).

Dalam penelitian ini, kualitas produk diartikan sebagai kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas produk mencakup aspek seperti kinerja, daya tahan, keandalan, fitur, dan desain. Produk yang berkualitas akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong terjadinya pembelian.

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk. Selain sebagai alat pembayaran, harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam menilai nilai dan kualitas produk. Keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, dan daya saing harga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan proses konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Dalam penelitian ini, keputusan pembelian menjadi variabel dependen yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga.

Hubungan antara kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian telah banyak diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kedua variabel tersebut berbeda-beda pada setiap penelitian karena masih dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Dalam penelitian ini, kualitas produk dan harga digunakan sebagai variabel independen, sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Melalui pengujian tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya pada pembelian melalui TikTok Shop.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Bandung dengan responden penelitian yaitu pengguna TikTok Shop yang berdomisili di wilayah Kabupaten Bandung. Pemilihan Kabupaten Bandung sebagai lokasi penelitian didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Viva Kosmetik melalui platform TikTok Shop.

Kabupaten Bandung merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki jumlah penduduk yang besar serta tingkat penggunaan internet dan media sosial yang terus meningkat. Kondisi tersebut menyebabkan perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja, dari transaksi secara konvensional menjadi transaksi melalui platform *e-commerce*, termasuk TikTok Shop. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bandung semakin aktif memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai media untuk melakukan pembelian secara daring.

Selain itu, masyarakat Kabupaten Bandung memiliki karakteristik yang beragam dari segi usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan

pendapatan. Keberagaman tersebut memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai perilaku konsumen dalam melakukan pembelian melalui TikTok Shop serta mendukung analisis mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Pemilihan TikTok Shop sebagai objek penelitian didasarkan pada perkembangan social commerce yang menggabungkan media sosial dengan aktivitas perdagangan elektronik. Melalui platform tersebut, konsumen dapat memperoleh informasi produk, melihat ulasan, menyaksikan live shopping, hingga melakukan transaksi dalam satu aplikasi. Oleh karena itu, Kabupaten Bandung dipandang sebagai lokasi yang tepat untuk penelitian ini karena memiliki jumlah pengguna media sosial yang tinggi dan aktivitas transaksi digital yang terus berkembang sehingga dapat mendukung pelaksanaan penelitian secara optimal.

3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, yaitu mulai Februari sampai Agustus 2026. Rentang waktu tersebut dipandang memadai untuk melaksanakan seluruh tahapan penelitian secara sistematis, mulai dari penyusunan proposal, penyusunan instrumen penelitian, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, pengolahan data menggunakan aplikasi statistik, analisis hasil penelitian, penyusunan laporan skripsi, hingga penyelesaian revisi.

Adapun jadwal pelaksanaan penelitian disajikan pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3. 1 Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Tahapan Penelitian	BULAN						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
1	Persiapan penyusunan proposal dan judul							
2	Penyusunan proposal penelitian dan bimbingan							
3	Seminar proposal							

4	Perbaikan materi bab 1-3, penyusunan instrumen penelitian dan bimbingan							
5	Pengumpulan data							
6	Pengolahan dan analisis data							
7	Penyusunan laporan penelitian							
8	Revisi dan penyempurnaan							

Sumber: Peneliti

Dengan perencanaan waktu yang terstruktur, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang akurat, relevan, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam memahami perilaku konsumen di era digital.

3.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel adalah penjelasan mengenai setiap variabel penelitian yang dijabarkan ke dalam indikator-indikator yang dapat diukur. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), serta satu variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3. 2Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Persepsi konsumen terhadap kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan	Kinerja produk	1-5
Harga (X2)	Persepsi konsumen terhadap nilai yang harus dibayarkan untuk memperoleh produk	Keterjangkauan	1-5
Keputusan Pembelian (Y)	Proses konsumen dalam menentukan pembelian produk	Kemantapan membeli	1-5

Sumber: Peneliti

3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut (Sugiono 2021) Menyatakan populasi Adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakter ristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam

penelitian ini adalah pengguna TikTokShop di Kabupaten Bandung yang berjumlah 105 orang.

3.5.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Menurut (Etikan, 2016), purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini termasuk dalam kategori non-probability sampling, di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Roscoe dalam (Sugiyono, 2021) yang menyarankan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500 responden. Rentang tersebut dianggap memadai untuk menghasilkan data yang dapat dianalisis secara statistik serta mampu mewakili karakteristik populasi secara umum dalam penelitian kuantitatif.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow, karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (unknown population). Rumus ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum dalam penelitian kuantitatif agar data yang diperoleh tetap representatif.

Rumus :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = skor Z pada tingkat kepercayaan 95% (1,96)

p = proporsi populasi (0,5)

d = margin of error (0,1)

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 responden. Karena jumlah sampel dalam penelitian harus berupa bilangan bulat dan untuk menjaga terpenuhinya jumlah minimum sampel yang disyaratkan, maka hasil tersebut dibulatkan ke atas menjadi 105 responden. Pembulatan ke atas dilakukan agar tingkat ketelitian dan tingkat kepercayaan penelitian tetap terjaga serta menghindari kekurangan jumlah sampel minimum yang dapat memengaruhi hasil analisis statistik.

Selanjutnya, jumlah sampel ditingkatkan menjadi 105 responden. Penetapan ini dilakukan dengan pertimbangan untuk mempermudah pengolahan data, meningkatkan representativitas sampel terhadap populasi, serta mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak lengkap atau responden yang tidak memenuhi kriteria penelitian. Penambahan jumlah sampel di atas batas minimum juga dianjurkan dalam penelitian kuantitatif agar hasil penelitian menjadi lebih stabil dan reliabel dalam analisis statistik. Menurut (Sugiyono, 2021) menjelaskan bahwa jumlah sampel minimum yang diperoleh dari perhitungan statistik dapat dibulatkan ke atas untuk menjaga kecukupan sampel penelitian.

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 responden dan dinilai telah memenuhi kriteria kelayakan penelitian.

3.5.3 Karakteristik Responden

Karakteristik populasi dalam penelitian ini meliputi pengguna tiktokshop yang pernah membeli produk viva kosmetik melalui *e-commerce*.

Adapun kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengguna TikTokShop
2. Pernah membeli Viva Kosmetik minimal satu kali
3. Berdomisili di Kabupaten Bandung
4. Bersedia mengisi kuisisioner secara lengkap

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan dokumentasi dengan jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif.

Data kuantitatif merupakan data berbentuk angka yang dapat dianalisis menggunakan metode statistik. Data tersebut digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara objektif dan terukur.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Bentuk Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut (Sugiyono 2022), instrumen penelitian digunakan untuk mengukur fenomena yang diteliti agar data yang diperoleh dapat dianalisis secara ilmiah. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen yang paling sering digunakan adalah kuesioner karena dapat mengumpulkan data secara sistematis, praktis, dan mudah dianalisis menggunakan metode statistik.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner (angket) tertutup, yaitu daftar pertanyaan yang telah disusun berdasarkan

indikator masing-masing variabel penelitian dan disertai alternatif jawaban yang telah ditentukan. Responden hanya diminta memilih jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman atau persepsinya terhadap setiap pernyataan. Penggunaan kuesioner dipilih karena penelitian ini bertujuan mengukur persepsi konsumen mengenai kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian produk Viva Kosmetik melalui TikTok Shop secara kuantitatif sehingga hasilnya dapat dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Kuesioner disusun berdasarkan indikator yang berasal dari teori-teori yang telah digunakan dalam penelitian. Variabel independen terdiri atas kualitas produk (X_1) dan harga (X_2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Setiap indikator dijabarkan menjadi beberapa butir pernyataan yang mudah dipahami responden serta disusun menggunakan kalimat yang sederhana, jelas, dan tidak menimbulkan penafsiran ganda.

Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Formulir sehingga responden dapat mengisi kuesioner dengan lebih mudah. Sebelum mengisi kuesioner, responden terlebih dahulu diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian serta pernyataan bahwa seluruh informasi yang diberikan hanya digunakan untuk kepentingan akademik dan dijamin kerahasiaannya.

3.7.2 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum digunakan untuk mengumpulkan data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dapat mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Pengujian instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan dapat mengukur variabel penelitian dengan tepat. Item yang valid menunjukkan bahwa pernyataan tersebut mampu mewakili variabel yang diteliti sehingga layak digunakan dalam pengumpulan data.

Pengujian validitas dilakukan menggunakan uji korelasi *Product Moment Pearson* melalui aplikasi IBM SPSS dengan mengorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan skor total variabel.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

- a. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel pada taraf signifikansi 5%, maka item dinyatakan valid.
- b. Apabila nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka item dinyatakan valid.

Item yang tidak memenuhi kriteria akan diperbaiki atau dihapus dari instrumen penelitian.

Melalui uji validitas tersebut diharapkan seluruh butir pertanyaan benar-benar mampu mengukur kualitas produk, harga, maupun keputusan pembelian sesuai dengan konsep teoritis yang digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Setelah seluruh item dinyatakan valid, dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil pengukuran yang relatif sama apabila digunakan pada kondisi yang sebanding.

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui aplikasi IBM SPSS.

Kriteria pengambilan keputusan mengacu pada Hair et al. (2022), yaitu:

- a. *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$: instrumen reliabel.
- b. *Cronbach's Alpha* $< 0,70$: instrumen belum reliabel sehingga memerlukan revisi.

Instrumen yang memenuhi syarat validitas dan reliabilitas dinyatakan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS agar proses pengolahan data lebih sistematis, objektif, dan akurat.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2021), analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu variabel tanpa membandingkan atau menghubungkannya dengan variabel lain. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2021), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu fenomena. Setiap item pernyataan memiliki lima pilihan jawaban dengan skor yang berbeda untuk mengetahui tingkat jawaban responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif, menurut (Sugiyono, 2021) skor skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Skala Likert

NO	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	SS (Sangat Setuju)	5
2.	S (Setuju)	4
3.	C (Cukup)	3
4.	TS (Tidak Setuju)	2
5.	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2026)

Berdasarkan tabel tersebut, pernyataan positif dan negatif memiliki skor yang berbeda. Pada pernyataan positif, jawaban sangat setuju diberi skor tertinggi yaitu 5, sedangkan sangat tidak setuju diberi skor 1. Sebaliknya, pada pernyataan negatif, jawaban sangat setuju diberi skor 1 dan sangat tidak setuju diberi skor 5. Sistem skor ini digunakan untuk mengetahui tingkat jawaban responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner.

3.8.2 Analisis Asosiatif

Menurut (Sugiyono 2021), analisis asosiatif merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan maupun pengaruh antara dua variabel atau lebih. Analisis ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sehingga dapat diketahui sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Pada penelitian ini, analisis asosiatif diterapkan untuk menguji pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen Viva Kosmetik melalui TikTok Shop di Kabupaten Bandung. Proses pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25 dengan metode analisis regresi linier berganda.

Sebelum analisis regresi dilakukan, data terlebih dahulu melalui pengujian kualitas instrumen yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa data telah memenuhi persyaratan sehingga layak digunakan dalam analisis regresi linier berganda.

Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, serta uji F (simultan) untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel kualitas produk dan harga dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian. Adapun sisa variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar ruang lingkup penelitian.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda memenuhi syarat statistik sehingga hasil analisis dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal. Pengujian dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* yang didukung dengan grafik histogram dan *P-P Plot*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian dapat menggunakan uji Glejser atau grafik *scatterplot*. Jika titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang tinggi antarvariabel independen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,10.

3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen secara bersama-sama. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengetahui ada atau tidaknya pengaruh, arah hubungan, serta besarnya pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, metode ini sesuai digunakan dalam penelitian kuantitatif yang menguji hubungan antarvariabel.

Secara umum, bentuk persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

- (Y) = variabel dependen
- (a) = konstanta (nilai Y ketika semua X = 0)
- ($b_1, b_2, \dots, b_n$) = koefisien regresi masing-masing variabel independen
- ($X_1, X_2, \dots, X_n$) = variabel independen
- (e) = error term (kesalahan residual)

Koefisien regresi menunjukkan besarnya perubahan pada variabel dependen akibat perubahan variabel independen, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan koefisien yang bernilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah.

Analisis regresi linier berganda dilakukan setelah data memenuhi uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hal ini bertujuan agar model regresi menghasilkan estimasi yang baik (*Best Linear Unbiased Estimator* atau BLUE). Estimasi parameter dilakukan menggunakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS), yaitu metode yang meminimalkan selisih antara nilai aktual dan nilai prediksi.

Selain itu, hasil analisis regresi akan diinterpretasikan melalui beberapa indikator penting, seperti:

1. Nilai koefisien regresi, untuk melihat arah dan besar pengaruh variabel independen
2. Nilai signifikansi (uji t), untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel
3. Uji F, untuk menilai kelayakan model secara keseluruhan
4. Koefisien determinasi (R^2), untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen

Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antarvariabel serta menghasilkan kesimpulan yang valid, objektif, dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan maupun pengembangan teori di bidang terkait.

3.8.5 Uji t (Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Uji t menggunakan langkah – langkah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

t: Tingkat Signifikan yang dicari

r: Nilai Koefisien Korelasi

n: Jumlah Sampel

Hipotesis:

H₀: Tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

H_a: Terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak

3.8.6 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan secara simultan untuk menguji seberapa besar pengaruh variable independent terhadap variable dependen. Jika nilai R² telah diketahui, selanjutnya akan diuji apakah nilai koefisien determinasi mempunyai pengaruh yang signifikan.

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n(k-1))}$$

Keterangan :

F = nilai F hitung

R^2 = Koefisien Determinasi

k = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel / data

$(n - k - 1)$ = derajat kebebasan (df residual)

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan yaitu :

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan.

3.8.7 Koefisien determinasi (R^2) digunakan

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) dalam menjelaskan variasi Keputusan Pembelian (Y). Nilai R^2 berada pada rentang 0 sampai 1. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kemampuan kedua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.