

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis *explanatory research*. Sugiono menjelaskan bahwa *explanatory research* merupakan metode yang berbeda untuk menjelaskan posisi variabel yang diteliti dan pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya.¹ *Explanatory research* bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan dalam menggunakan jenis penelitian ini adalah karena peneliti akan menjelaskan mengenai sebab akibat yang akan terjadi pada variabel Nilai Utilitarian (*Utilitarian Value*) dan Nilai Hedonis (*Hedonic Value*) sebagai variabel independen dan Niat Beli sebagai variabel dependen.

2. Jenis Pendekatan

Jenis pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif, yang mana jenis penelitian kuantitatif lebih banyak menggunakan angka pada data yang digunakan kemudian akan dihitung secara statistik, yang digunakan untuk menafsirkan penemuan dengan prosedur statistik atau pengukuran yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.² Karena telah lama digunakan dan menjadi tradisi dalam penelitian, metode penelitian kuantitatif ini sering disebut sebagai penelitian tradisional. Metode kuantitatif sebagian besar berkonsentrasi pada pemecahan masalah melalui penggunaan data numerik (angka), yang kemudian dilakukan penganalisan dengan menggunakan ketentuan dari prosedur statistik.³

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)* Edisi Revisi Kedua, ed. Santi Pratiwi Tri Utami (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 84.

³ Hardani and others, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), 239.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden yaitu pada masyarakat di Kabupaten Kudus yang pernah melakukan pembelian *skincare* yang sudah bersertifikasi halal dan pernah menggunakan salah satu produk *skincare* dengan rentan usia yaitu 13-40 tahun. Adapun pada pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden dengan menggunakan *google form*. Kemudian mengenai jenis waktu penelitian yakni dimulai pada 13 Juni 2023.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Sekumpulan dari berbagai bentuk dari berbagai adanya individu dengan dilakukannya generalisasi yang dapat terdiri dari beberapa obyek atau subyek dengan memiliki kualitas dan karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang sebelumnya sudah ditetapkan oleh peneliti guna akan dipelajari dan akan ditarik mengenai kesimpulannya yang dapat disebut dengan populasi.⁴ Adapun jenis populasi pada penelitian ini yaitu seluruh Masyarakat Kabupaten Kudus.

2. Sampel

Sampel merupakan bentuk dari bagian atau wakil dari keseluruhan populasi, karena mencakup beberapa anggota populasi yang dipilih.⁵ Pada penelitian ini menggunakan sampel yaitu pada seluruh masyarakat Kudus yang pernah membeli dan menggunakan berbagai jenis produk *Skincare* yang bersertifikasi halal.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan bantuan dari teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* merupakan teknik sampling yang tidak memberikan harapan dari peluang yang sama bagi seluruh anggota sampel yang dipilih.⁶ Di dalam teknik ini menggunakan metode pendekatan *purposive sampling* dimana pengambilan sampel ini didasarkan terhadap beberapa

⁴ Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, Cetakan ke. 24 (Bandung: Alfabeta, 2014), 61.

⁵ Edy Supriyadi, SPSS + Amos (Jakarta: In Media, 2014), 17.

⁶ Nanang Martono, Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder) Edisi Revisi Kedua, ed. Santi Pratiwi Tri Utami (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 77.

ketentuan tertentu.⁷ Adapun ketentuan sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Masyarakat Kudus yang pernah melakukan pembelian produk *Skincare* bersertifikasi halal
2. Pernah menggunakan salah satu dari produk *Skincare*
3. Berusia 13 - 40 Tahun

Karena jenis populasi yang tidak diketahui besarnya dan jumlahnya juga terlalu besar, maka untuk menentukan jumlah sampel minimum pada penelitian ini peneliti akan menggunakan rumus Cochran yaitu ditunjukkan sebagai berikut:⁸

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah Sampel
- Z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96
- p = Peluang Benar 50% = 0,5
- q = Peluang Salah 50% = 0,5
- e = Margin error 10%

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya minimum sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

n

$$n = 96,04$$

Berdasarkan dari perhitungan sampel diatas, maka menunjukkan sampel minimal yang harus diambil adalah sebesar 96,04 yang kemudian akan dibulatkan menjadi sebesar 100 orang/responden. Adapun sampel pada penelitian ini adalah pada seluruh masyarakat Kudus

⁷ Supriyadi, SPSS + Amos, 22.

⁸ Umi Narimawati dan Dadang Mundadar, Teknik Pengambilan Sampel: Teori Dan Praktek Menggunakan SPSS 15 (Yogyakarta: Gava Media, 2018), 27.

dengan pertimbangan pernah membeli dan menggunakan salah satu diantara berbagai jenis produk *Skincare* yang bersertifikasi halal dengan rentan usia 13-40 tahun.

D. Desain dan Definisi Variabel Operasional

1. Desain Variabel

Variabel yang dirancang untuk menangkap nilai dari variabel konsep seperti ini disebut variabel operasional atau variabel indikator.⁹ Menurut Sugiyono, menjelaskan bahwa dengan variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang bisa berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti dimana hal tersebut bertujuan untuk mempelajari agar bisa memperoleh informasi mengenai suatu tujuan yang sedang ingin diteliti, kemudian hasil akhirnya nanti akan ditarik sebuah kesimpulan.¹⁰

a. Variabel Dependen (Y)

Dalam penelitian ini, variabel niat beli (Y) dijadikan sebagai variabel dependen; variabel dependen dapat muncul sebagai hasil dari variabel independen atau variabel bebas.¹¹

b. Variabel Independen (X)

Variabel dependen atau variabel endogen dapat dipengaruhi secara positif atau negatif oleh variabel independen yang disebut juga sebagai variabel terikat.¹² Di dalam variabel independen ini akan menjelaskan terkait bagaimana suatu masalah di dalam penelitian akan dipecahkan dan menjelaskan terjadinya fokus atau topik dalam penelitian.¹³ Pada penelitian ini yaitu menggunakan nilai utilitarian (*utilitarian value*) dan

⁹ Edi Abdurachman, *Panduan Praktis Teknik Penelitian Yang Beretika*, ed. Hidayat (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022), 45.

¹⁰ Rahmawati, *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing*, ed. Sri Widiastuti (Samarinda: Deepublish CV Budi Utama, 2022), 1-2.

¹¹ Risma Nur Maulidya, Ahmad Mulyadi Kosim, and Abrista Devi, "The Influence of Islamic Business Ethics and Service Quality on Satisfaction and Loyalty of Sharia Hotel Customers in Bogor," *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 11, no. 2 (2019): 230.

¹² Singih Santoso, *Konsep Dasar Dan Aplikasi SEM Dengan AMOS 24* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2018), 9.

¹³ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 58.

nilai hedonis (*hedonic value*) yang dijadikan sebagai variabel independen.

2. Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel merupakan metode yang digunakan peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan untuk mereplikasi pengukuran dengan cara yang sama atau bahkan meningkatkannya ke arah yang lebih baik. Untuk memahami definisi operasional variabel dalam penelitian ini, peneliti dapat memahami bagaimana variabel diukur, baik atau buruk dalam pengujiannya.¹⁴ Adapun definisi variabel operasional dalam penelitian ini dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

No.	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1	Niat Beli merupakan tahapan terhadap kepercayaan dan juga sikap seorang konsumen sebelum melakukan tindakan pembelian pada sebuah produk atau jasa yang ditawarkan.	a. Pembelian produk pada promosi penjualan dalam waktu dekat di masa depan b. Niat untuk membeli produk pada promosi penjualan dalam waktu dekat di masa depan c. Kemungkinan akan membeli produk pada promosi penjualan di masa depan yang dekat.	Pengukuran variabel niat beli menggunakan angket kuesioner yang dibesarkan oleh Ines Antunes, Luisa M. Martinez, Luis F. Martinez. (2022) yang menggunakan rasio skala likert 1-5. ¹⁵
2	Nilai Utilitarian merupakan nilai yang dipertimbangkan secara obyektif dan rasional. Konsumen yang mempertimbangkan manfaat nilai utilitarian dalam membeli suatu	1. Penghematan Uang: a. Melakukan penghematan uang b. Mendapatkan penawaran bagus dalam melakukan pembelian produk	Pengukuran variabel utilitarian dengan indikator penghematan uang, kualitas produk, dan kenyamanan menggunakan angket kuesioner

¹⁴ Sigit Hermawan, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. (Malang: Media Nusa Creative, 2016).

¹⁵ Antunes, Martinez, and Martinez, "The Effectiveness of Sales Promotion Techniques on the Millennial Consumers' Buying Behavior."

No.	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
	<p>produk, maka konsumen tersebut melakukan pembelian produk berdasarkan fungsional atau kegunaan.</p>	<p>c. Menghabiskan uang lebih sedikit</p> <p>2. Kualitas Produk:</p> <p>a. Bisa mendapatkan produk berkualitas tinggi dengan harga murah</p> <p>b. Membeli produk menjadi lebih baik dari pengalaman berbelanja sebelumnya</p> <p>c. Bepindah dengan merek yang lebih baik dari yang sebelumnya.</p> <p>3. Kenyamanan:</p> <p>a. Promosi meningkatkan untuk saya membutuhkan produk</p> <p>b. Promosi penjualan menjadikan lebih mudah</p> <p>c. Selalu ingat sesuatu apa yang dibutuhkan.</p>	<p>yang dibesarkan oleh Ines Antunes, Luisa M. Martinez, Luis F. Martinez. (2022) yang menggunakan rasio skala likert 1-5.¹⁶</p>
3	<p>Nilai Hedonis merupakan sebuah nilai yang dapat mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan suatu produk yang bukan merupakan kebutuhan yang bersifat mendasar atau kebutuhan pokok, namun lebih berdasarkan pada pertimbangan yang bersifat subyektif, yaitu untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan emosional.</p>	<p>1. Ekspresi Nilai:</p> <p>a. Perasaan yang nyaman membeli produk dari promosi penjualan</p> <p>b. Perasaan senang terhadap pembelian yang dilakukan</p> <p>c. Merasa paling pintar dalam memilih barang belanjaan.</p> <p>2. Hiburan:</p> <p>a. Promosi penjualan yang menyenangkan</p> <p>b. Promosi penjualan</p>	<p>Pengukuran variabel nilai hedonis dengan indikator ekspresi nilai, hiburan, dan eksplorasi menggunakan angket kuesioner yang dibesarkan oleh Ines Antunes, Luisa M. Martinez, Luis F. Martinez. (2022) yang menggunakan rasio skala likert 1-5.¹⁷</p>

¹⁶ Antunes, Martinez, and Martinez.

¹⁷ Antunes, Martinez, and Martinez.

No.	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
		yang menghibur c. Menikmati promosi penjualan yang diberikan. 3. Eksplorasi: a. selalu merasa ingin mencoba merek baru. b. Menghindari membeli merek yang sama c. Mendapatkan ide baru untuk membeli sesuatu.	

Sumber: Data diolah, 2023.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber yang digunakan sebagai bahan pertimbangan penelitian ini didukung menggunakan beberapa sumber yang berasal dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Jenis data yang bersumber dari penelitian pertama atau objek yang akan dilaksanakan yang dikumpulkan oleh peneliti disebut dengan data primer.¹⁸ Pada penelitian ini jenis data primer yang digunakan oleh peneliti, didapatkan melalui kuesioner *online* yang disebarkan kepada masyarakat Kudus yang pernah menggunakan produk *skincare* dengan menggunakan bantuan dari *google form*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua).¹⁹ Peneliti secara tidak langsung menggunakan dokumen atau data yang disediakan oleh pihak lain, data ini sebagai

¹⁸ Sofiyani Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012).

¹⁹ Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015). Hlm. 68

suplemen dan pelengkap.²⁰ Dalam hal ini data sekunder yang akan digunakan oleh peneliti diperoleh dari jurnal, artikel, situs web internet, dan buku-buku yang sesuai dengan penelitian ini.

3. Pengumpulan Data

Penelitian ini akan mengumpulkan data melalui metode kuesioner (angket), yang merupakan pertanyaan yang akan dijawab oleh responden.²¹ Selanjutnya, penelitian ini menggunakan skala likert dari poin 1-5. Skala ini terdiri dari sekumpulan pertanyaan yang berjenjang di mana peserta diminta untuk memberikan jawaban mereka pada titik atau kolom yang telah disediakan, serta beberapa pilihan alternatif untuk jawaban. Setiap indikator dari data yang telah dikumpulkan terlebih dahulu diklasifikasikan dan diberi skor atau nilai sesuai dengan skema berikut untuk mengetahui nilai frekuensi distribusi untuk masing-masing variabel yang dikumpulkan melalui kuesioner.²²

Tabel 3. 2
Skala Instrumen

No.	Preferensi Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*.²³

F. Metode Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan analisis deskriptif untuk menganalisis data. Selain itu, penelitian ini akan melakukan pengujian instrumen dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya melakukan pengujian berupa uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS. Program aplikasi *software* SPSS digunakan untuk pengolahan data-data

²⁰ Sugiharto, Teknik Sampling, ed. PT Gramedia Pustaka Utama (Jakarta, 2003), 19.

²¹ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, n.d., 64

²² Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2018), 65.

²³ Shofiyon Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2012),138.

statistik yang kemudian nantinya dilakukan perhitungan untuk mengetahui hasilnya.²⁴ Program aplikasi *software* SPSS dijadikan sebagai teknik analisis data karena mempunyai kelebihan, diantaranya kemampuan mengakses berbagai format file data, kemudahan penggunaan, kemampuan untuk menganalisis pengaruh kausalitas atau pengaruh sebab akibat antara variabel independen dan variabel dependen yang disesuaikan dengan tujuan penelitian dan tampilan data yang lebih menarik.

1. Statistik Deskriptif

Pendekatan statistik deskriptif yang digunakan untuk memberikan gambaran data atau penjelasan tentang data yang telah dikumpulkan tanpa melakukan generalisasi umum disebut dengan statistik deskriptif. Tujuan dari metode ini yaitu untuk menjelaskan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan.²⁵ Statistik deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan terkait dengan karakteristik mengenai sekelompok pada hasil data pada penelitian yang dilakukan terhadap variabel tunggal.²⁶ Penelitian kuantitatif bertujuan untuk memeriksa teori, menampilkan data, dan mengembangkan ide. Analisis deskriptif menjelaskan data statistik seperti mean, sum, standar deviasi, range, dan sebagainya, dan juga menentukan apakah distribusi data normal.²⁷

2. Uji Instrumen

Terdapat 2 syarat penting yang berlaku di dalam sebuah angket penelitian, yaitu berupa keharusan dari sebuah angket untuk valid apabila sebuah angket mampu mengungkapkan sesuatu yang akan dilakukan pengukuran pada angket tersebut.

a. Uji Validitas Data

Uji validitas berfungsi untuk menilai tingkat kerincian suatu proses pengujian dan apakah alat ukur

²⁴ 2023/12/12 hlm 122

²⁵ Siyoto and Sodik, Dasar Metodologi Penelitian.

²⁶ Siswoyo Haryono, Structural Equation Modelling, PT. Intermedia Personalita Utama. Alamat (Bekasi: PT. Intermedia Personalita Utama. Alamat, 2015), 16, <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1909>.

²⁷ Duwi Priyatno, SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum, ed. Giovanni (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018).

yang digunakan dapat mengukur dengan tepat. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan validitas kuesioner. Teknik uji validitas item dengan korelasi Pearson yaitu dengan cara mengorelasikan skor item dengan skor total item pada tiap variabel, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung $>$ r tabel, maka item dinyatakan valid. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka item dinyatakan tidak valid.²⁸

b. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas merupakan salah satu ciri utama atau karakter utama pada instrumen pengukuran yang baik. Pengukuran yang mempunyai reliabilitas yang tinggi memiliki arti bahwa hasil dari pengukuran reliabilitas mampu memberikan pengukuran yang konsisten atau dianggap reliabel dan dapat memberikan hasil yang relative sama apabila pengukuran dilakukan lebih dari 1 kali pada waktu yang berbeda-beda atau dilakukan berulang. *Cronbach Alpha* adalah metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5). Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak maka menggunakan batasan 0,6.²⁹

Sekaran (1992) menuturkan bahwa, batas 0,6 digunakan untuk menentukan reliabilitas instrumen. Reliabilitas di bawah 0,6 maka dapat dianggap kurang baik, sedangkan reliabilitas di atas 0,7 dinyatakan baik.³⁰ Namun telah terjadi penyesuaian pada ambang batas minimal pada metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Eisingerich dan Rubera dalam Noer Hidayat

²⁸ Priyatno.

²⁹ Priyatno, 25.

³⁰ Sugiyono, Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013).

menunjukkan bahwa nilai tingkat keandalan *Cronbach's Alpha* minimum adalah 0,70.³¹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah ada kesamaan antar variabel bebas dalam suatu model, maka uji multikolinearitas digunakan. Kesesuaian antar variabel bebas pasti menimbulkan korelasi yang sangat kuat, jadi pengujian ini juga digunakan untuk menghindari dampak pada proses pengambilan keputusan untuk uji parsial masing-masing variabel bebas.

Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dalam model regresi adalah metode uji multikolinearitas yang umum digunakan. Tidak mungkin ada model regresi yang baik (korelasi yang sempurna atau mendekati 1). Untuk mengetahui karakteristik model regresi tanpa multikolinearitas, yaitu dengan memastikan bahwa nilai faktor variasi inflasi atau VIF, kurang dari 10 dan memiliki angka tolerabilitas lebih besar dari 0,1.³² Dengan demikian, semakin tinggi VIF, maka *tolerance* menjadi semakin rendah.

b. Uji Autokorelasi

Bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Persamaan regresi berganda dinyatakan baik apabila tidak terjadi autokorelasi pada model regresinya. Pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi dengan melihat nilai Durbin-Watson (D-W) sebagai berikut:

- 1) Jika nilai D-W < -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Jika nilai D-W terletak diantara -2 sampai +2 artinya tidak terjadi autokorelasi.

³¹ Noer Hidayat, "Rekomendasi Pengembangan Website Dan Informatika Stikom Surabaya Dengan Metode Eucs (End User Computing Satisfaction)," 2019.

³² Kurniawan Albert, *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis* (Bnadung: Alfabeta, 2014) 152.

3) Jika nilai $D-W > +2$ berarti terjadi autokorelasi positif.³³

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi, varian residual periode pengamatan berbeda dengan periode pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas, maka dapat menggunakan metode uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05, maka dapat dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.³⁴

d. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data memenuhi distribusi normal atau sebaliknya, maka uji normalitas digunakan. Analisis parametrik seperti korelasi produk moment menetapkan bahwa data harus terdistribusi dengan normal.³⁵ Untuk melakukan uji normalitas, maka pada penelitian ini akan menggunakan metode uji One Sample kolmogorov-Smirnov. Dalam uji ini, data dianggap normal jika signifikansinya lebih dari 0,05 dan tidak normal jika signifikansinya kurang dari 0,05.³⁶

4. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu suatu analisis guna mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dan juga untuk mengetahui bagaimana dampaknya (positif atau negatif) dan seberapa besar

³³ Citra Savitri et al., *Statistik Multivariat Dalam Riset*, ed. Iskandar Ahmaddien (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021). 5.

³⁴ Priyatno, *SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*.

³⁵ Singgih Santoso, *Statistic Multivariat* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010).

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016). 99-100.

dampaknya serta untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.³⁷ Rumus umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Niat Beli

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi berganda variabel X_1

b_2 : Koefisien regresi berganda variabel X_2

X_1 : Nilai Utilitarian

X_2 : Nilai Hedonis

e : *error*

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah ukuran yang menunjukkan nilai variabel penjelas untuk variabel respons. Dalam istilah lain, koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar fluktuatif Y dapat dijelaskan oleh pengaruh linier X (seberapa besar perubahan nilai variabel X dapat menjelaskan fluktuatif Y). Garis regresi yang dihasilkan sesuai dengan nilai yang diamati jika koefisien determinasi sama dengan 1. Jika koefisien determinasi sama dengan 1, maka fluktuasi Y sepenuhnya disebabkan oleh X. Oleh karena itu, jika nilai X diketahui, maka nilai Y dapat diprediksi dengan sempurna.³⁸

c. Uji Statistik Parsial (Uji t)

Berfungsi untuk menentukan apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji T digunakan untuk menentukan apakah hipotesis itu signifikan atau sebaliknya, dengan membandingkan T tabel dan T hitung berdasarkan ketentuannya.³⁹

³⁷ Priyatno, *SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Hal 107

³⁸ Sugiarto, Dergibson, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000).

³⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistic Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2010).

- a) $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b) $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima

d. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Berfungsi untuk menilai apakah setiap variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Dengan dasar ketentuan, apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, maknanya bahwa setiap variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh pada variabel dependen dan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, maknanya bahwa setiap variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.⁴⁰



⁴⁰ Duwi Priyatno, Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS (Yogyakarta: Gava Media, 2010).