BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai kondisi variabel citra merek, harga, promosi voucher TikTok dan keputusan pembelian, serta untuk menguji pengaruh antar variabel tersebut secara empiris pada Mixue di Kota Bandung. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu. Metode penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel pada instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2022).

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan untuk melakukan penelitian pada kelompok atau contoh yang spesifik, dimana data dikumpulkan melalui alat penelitian, dan analisis data dilakukan secara statistik atau kuantitatif (Indra *et al*., 2023). Tujuan utama dari penelitian ini adalah menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam kerangka ini, citra merek, harga, promosi voucher TikTok, dan dianggap sebagai variabel independen, sedangkan keputusan pembelian merupakan variabel dependen. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung tanpa melalui perantara. Data primer diperoleh melalui survei dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden yang terkait dengan Mixue. Dengan demikian strategi penelitian ini

bertujuan untuk menjelaskan antara variabel independen atau variabel bebas (X) yaitu pengaruh citra merek, harga dan promosi voucher TikTok, serta variabel dependen atau terikat (Y) terhadap keputusan pembelian.

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linera berganda untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik yang bersifat persial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui serangkaian uji statistik yang meliputi: uji T, untuk mengetahui pengaruh persial masing-masing variabel. Uji F untuk mengetahui pengaruh simultan secara keseluruhan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam pendekatan kuantitatif, definisi operasional variabel berfungsi untuk menerjemahkan konstruk teoretis ke dalam indikator yang dapat diukur secara numerik. Kejelasan definisi operasional menjadi prasyarat utama agar variabel dapat diukur secara konsisten melalui instrumen seperti tes, kuesioner, atau skala sikap. Tanpa definisi operasional yang eksplisit, hasil pengukuran berisiko tidak merepresentasikan konstruk yang dimaksud. Oleh karena itu, operasionalisasi variabel kuantitatif harus mempertahankan kesesuaian antara konstruk teoretis dan indikator empiris agar analisis statistik memiliki makna substantif. Uji statistik yang canggih tidak dapat menggantikan kelemahan pada tahap pendefinisian variabel, sehingga kesalahan konseptual pada tahap awal akan menghasilkan inferensi yang menyesatkan (Sumarni *et al*., 2025).

Dengan operasionalisasi variabel maka diperlukan untuk menentukan jenis, indikator dan skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian sehingga penguji hipotesis dengan alat statistik bisa melakukanya dengan tepat sesuai dengan topik "Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi Voucher TikTok Terhadap Keputusan Pembelian".

Dengan begitu maka, penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi hasil atau akibat yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian. Variabel ini merupakan fokus utama dari penelitian, di mana peneliti ingin mengetahui perubahan atau pengaruh yang terjadi padanya akibat dari adanya perubahan pada variabel lainnya. Dalam penelitian kuantitatif, variabel dependen diukur atau diamati sebagai respon terhadap variabel yang mempengaruhinya (Sugiyono, 2022).

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel dependen. Variabel ini berfungsi sebagai penyebab atau faktor yang diharapkan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Peneliti melakukan manipulasi atau pengamatan terhadap variabel independen untuk melihat dampaknya terhadap variabel dependen mempengaruhinya (Sugiyono, 2022).

Operasionalisasi variabel dilakukan dengna cara menjelaskan pengertian konkrit dari variabel tersebut dengan menjabarkan dimensi dan indikator setiap variabel sehingga dapat dilaksanakan pengukuranya. Kemudian masing-masing

indikator tersebut dijadikan sebagai dasar penyusunan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Variabel penelitian bersumber dari kerangka teoritis yang dijadikan rujukan dan konsep berpikir seperti yang diuraikan dalam kerangka pemikiran. Adapun berdasarkan judul penelitian ini dimensi dan indikator serta skala dari variabel-variabel yang terikat terdapat dalam tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Penulis	Dimensi	Indikator	Skala
1	Citra Merek	Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti yang tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. (Louis & Tony, 2022)	1. *Strengthness* (kekuatan)	1. Merek memiliki reputasi yang baik 2. Merek memiliki kualitas produk yang baik	Ordinal
			2. *Favorability* (kesukaan)	1. Kemudahan dikenali oleh konsumen 2. Akrab dibenak konsumen	
			3. *Uniqueness* (keunikan)	1. Merek memiliki keunikan cita rasa produk 2. Merek memiliki keunikan identitas	
2	Harga	Harga merupakan nilai moneter yang ditetapkan sebagai imbalan atas barang atau jasa, sekaligus berfungsi sebagai alat pemasaran (Hezron Boimau & Juita L. D. Bessie, 2021)	1. Keterjangkauan harga	1. Harga produk terjangkau oleh konsumen 2. Harga produk tidak memberatkan konsumen	Ordinal
			2. Kesesuaian harga dengan kualitas	1. Produk memiliki kualitas yang sebanding dengan harga 2. Harga mencerminkan kualitas produk	
			3. Daya saing harga	1. Harga lebih terjangkau 2. Harga sesuai dengan harga pasaran	
			4. Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh 2. Harga sesuai dengan	

Bersambung

Sambungan

No	Variabel	Penulis	Dimensi	Indikator	Skala
				kepuasan yang dirasakan	
3	Promosi Voucher TikTok	Promosi voucher TikTok merupakan upaya pemasaran yang dilakukan dengan memberikan insentif berupa voucher digital kepada konsumen (Aulia Jihan Kamalia *et al*., 2025)	1. Daya tarik promosi voucher	Tingkat ketertarikan konsumen terhadap promosi voucher yang ditawarkan	Ordinal
			2. Kejelasan informasi promosi voucher	Kejelasan informasi terkait syarat, ketentuan, dan manfaat voucher	
			3. Kegunaan atau manfaat promosi voucher	Persepsi konsumen terhadap manfaat voucher yang diperoleh	
			4. Kemudahan penggunaan voucher	Kemudahan konsumen dalam menggunakan voucher TikTok saat melakukan pembelian	
4	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk (Kotler & Keller, 2012) dalam (Dimas Kurniawan & Tukidi, 2020)	1. Pilihan produk	1. Konsumen memilih produk karena manfaat produk sesuai kebutuhan 2. Produk menjadi salah satu alternatif pilihan minuman dan es krim	Ordinal
			2. Pilihan merek	1. Konsumen mempertimbangkan merek dibanding merek lain 2. Konsumen yakin terhadap produk	
			3. Pilihan penyalur	1. Konsumen memilih tempat pembelian yang mudah diakses sesuai dengan preferensi mereka 2. Konsumen memanfaatkan saluran pembelian yang praktis	
			4. Waktu pembelian	1. Keputusan pembelian dilakukan konsumen dengan mempertimbangkan waktu yang paling menguntungkan 2. Konsumen melakukan	

Bersambung

Sambungan

No	Variabel	Penulis	Dimensi	Indikator	Skala
				pembelian ketikan kondisi dan situasi dirasa sudah tepat	

Sumber: Data diolah (2026)

3.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2022), Penelitian kualitatif menekankan analisis proses berfikir secara deduktif dan induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dan menggunakan logika ilmiah. ditekankan pada kedalaman berfikir formal dalam menjawab permasalahan. bertujuan untuk mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah, dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi.

Di dalam pemerhatian variabel maka data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat dikelompokan menjadi dua sumber yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau responden, data primer dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui teknik seperti observasi, sehingga mencerminkan kondisi aktual sesuai dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Mixue di Kota Bandung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber yang telah tersedia sebelumnya. Data ini biasanya berupa dokumen, laporan, buku, jurnal ilmiah, maupun data yang dipublikasikan oleh instansi tertentu. Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan untuk mendukung dan

melengkapi data primer, seperti data jumlah pelanggan, jumlah komplain, serta informasi terkait kepuasan pelanggan pada jasa ekspedisi. Data sekunder berfungsi sebagai pelengkap dan pembanding terhadap data primer yang diperoleh, karena penggunaan data yang sudah tersedia dapat membantu peneliti menjawab pertanyaan penelitian secara lebih efisien dan sistematis.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen Mixue di Kota Bandung yang tidak diketahui, konsumen yang aktif menggunakan TikTok sehingga relevan dengan variabel citra merek, harga, promosi voucher TikTok dan keputusan pembelian.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan nonpropability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan purposive sampling sebagai teknik penentuan sampelnya, purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022).

Kriteria responden berdasarkan pertimbangan tertentu sebagai berikut:

1. Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Mixue di Kota Bandung
2. Konsumen yang memiliki akun TikTok dan pernah menggunakan atau mengetahui adanya promosi voucher TikTok pada produk Mixue
3. Konsumen yang berusia minimal 17 tahun
4. Konsumen yang berdomisili di Kota Bandung
5. Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan jujur

Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini digunakan rumus, berikut dikemukakan perhitungan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Cochran, yang umumnya digunakan untuk menentukan ukuran sampel pada populasi yang tidak diketahui secara pasti, dengan toleransi kesalahan sebesar 5% (0,05) (Sugiyono, 2022).

$$n = \frac{z^2\, pq}{e^2}$$

Di mana:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

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 = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) biasanya 5%

$$n = \frac{z^2\, pq}{e^2} = \frac{(1{,}96)^2\,(0{,}5)(0{,}5)}{(0{,}5)^2} = 385$$

Dengan demikian, besarnya sampel minimal yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 385. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari rumus Cochran maka ditetapkan jumlah responden sebanyak 385 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2022), Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Maka teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner ini disebarkan pada pelanggan Mixue di Kota Bandung berusia minimal 17 tahun aktif menggunakan aplikasi TikTok untuk mengetahui tanggapan responden tentang citra merek, harga, dan promosi voucher TikTok. Kuesioner ini dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka. Pada penelitian ini, akan digunakan kuesioner tertutup, dimana jawaban untuk setiap butir pernyataan maupun pertanyaan telah tersedia. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan skala lima sikap kategori Likert.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Sikap Responden	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2022)

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung penelitian dilapangan. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap aktivitas pemasaran pada mixue di Kota Bandung untuk mengetahui bagaimana kondisi nyata yang terjadi dilapangan, teknik observasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari kuesioner sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan tidak hanya bergantung pada persepsi responden semata. Dengan melakukan observasi, peneliti juga dapat mengidentifikasi fenomena yang mungkin tidak terungkap melalui kuesioner. Oleh karena itu observasi menjadi teknik yang penting dalam penelitian karena mampu memberikan data yang lebih kontekstual dan faktual.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menghimpun berbagai dokumen dan catatan tertulis yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung yang berkaitan dengan penelitian, serta informasi lain yang dapat memperkuat hasil penelitian, penggunaan teknik dokumentasi bertujuan untuk meningkatkan validitas data, dengan demikian, dokumentasi berperan sebagai elemen pelengkap yang penting agar temuan penelitian menjadi valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Uji Instrumen Penelitian merupakan tahapan yang dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian mampu

menghasilkan data yang valid dan reliabel sehingga hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Untuk menganalisis data dari sebuah penelitian, maka data tersebut perlu diuji validitas dan reliabilitasnya.

3.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan suatu ukuran yang sangat menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Dan Uji Validitas adalah suatu langkah yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam hal ini uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan/pernyataan (indikator) pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2022). Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item*-total *correlations*), dengan r tabel dengan mencari *degree of freedom* (df) = N - k, dalam hal ini N adalah jumlah sampel, dan k adalah jumlah variabel independen penelitian. “Jika r hitung > r tabel, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) tersebut dikatakan valid” (Ghozali, 2018). Begitu juga sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka pernyataan (indikator) tersebut tidak valid. R hitung tersebut akan didapatkan dari hasil pengolahan komputerisasi *software* IBM (SPSS 27).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan

reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang.

Dalam mencari reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan teknis *cronbach alpha* untuk menguji reliabilitas, yaitu jika koefisien *cronbach alpha* > 0,70 maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *cronbach alpha* < 0,70 maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Perhitungan reliabilitas formulasi *cronbach alpha* ini dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan software SPSS *(statistic and service solution) for windows*. rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(\frac{s_{r^2} - \sum s_{i2}}{s_x^2}\right)$$

Keterangan

α = Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

K = Jumalah *item* pertanyaan yang diuji

$\sum S_{i^2}$ = Jumlah varians skor *item*

S_{x^2} = Varians skor- skor test (seluruh *item* K)

Berdasarkan Uji Reliabilitas menggunakan rumus *cronbach alpha* maka diketahui bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *alpha* > 0,7 sedangkan suatu instrument dinyatakan tidak reliabel jika nilai alpha < 0,7.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, model penelitian perlu memenuhi sejumlah asumsi dasar agar hasil estimasi yang diperoleh bersifat tidak bias, efisien, dan konsisten. Pengujian ini penting dilakukan untuk memastikan

bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara akurat. Pengukuran asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokolerasi, dan Uji Linearitas (Ghozali, 2018).

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa Uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji Normalitas dapat dilakukan melalui dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Normalitas data dapat diketahui melalui penyebaran data berupa titik pada sumbu diagonal dari grafik ataupun melalui histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika data menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian normalitas menggunakan grafik normal *probability plot*. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebara plot akan berada disekitar dan disepanjang garis 450. Kenormalan data yang akan dianalisis merupakan salah satu

persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi yang dapat dilihat dari grafik normal p-p plot dari hasil analisis menggunakan program SPSS 27 *for windows*. Apabila titik-titik yang terbentuk mendekati garis diagonal dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

3.7.2 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018), Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi d*item*ukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
3. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel

independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel indenpenden yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh varibellainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF =1/*Tolerance*). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq$ 0.10 atau sama dengan nilai VIF $\leq$ 10. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir. Sebagai misal nilai tolerance = 0.10 sama dcngan tingkat kolonieritas 0.95.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), pengujian heteroskedastisitas merupakan salah satu tahapan penting dalam pengujian asumsi klasik pada analisis regresi. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara tepat. Apabila terjadi heteroskedastisitas, maka estimator yang dihasilkan menjadi tidak efisien, sehingga pengujian hipotesis yang dilakukan dapat menghasilkan kesimpulan yang kurang akurat meskipun estimator tersebut tetap bersifat tidak bias. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan dua metode, yaitu Uji Glejser dan analisis grafik scatterplot. Pada uji Glejser, model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05. Sementara itu, berdasarkan analisis grafik scatterplot, model regresi dianggap bebas dari gejala

heteroskedastisitas apabila titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut, melebar, atau bergelombang.

3.7.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018), uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Jenis uji autokorelasi yang sering digunakan adalah uji Durbin-Watson (DW-test), yang hanya digunakan untuk autokorclasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah :

HO : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

HA : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Tabel 3. 3 Pengambilan Keputusan Autokolerasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicdion	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No desicdion	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: Ghozali (2018)

3.7.5 Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2018), uji linearitas digunakan untuk menilai apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear. Dalam analisis regresi, asumsi linearitas menjadi hal penting karena model regresi linear

mengharuskan adanya hubungan yang searah dan proporsional antar variabel.

Pengujian linearitas dapat dilakukan melalui pendekatan statistik, seperti *test for linearity* pada tabel ANOVA dengan bantuan perangkat lunak statistik. Suatu hubungan dikatakan linear apabila nilai signifikansi pada komponen *linearity* lebih kecil dari 0,05, sementara nilai signifikansi pada deviation from linearity lebih besar dari 0,05. Selain itu, hubungan antar variabel juga dapat dilihat melalui grafik scatterplot, di mana pola yang mendekati garis lurus menunjukkan adanya hubungan linear.

3.7.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan tersebut. Dalam penelitian ini, analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, promosi voucher TikTok terhadap keputusan pembelian. Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b1, b2, b3 = Koefisien regresi

X1 = Citra Merek

X2 = Harga

X3 = Promosi Voucher TikTok

e = *Error*

Melalui analisis ini dapat diketahui arah dan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

3.8 Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data penelitian yang telah diperoleh oleh penulis dalam melakukan sebuah penelitian. Secara umum, rancangan analisis dibagi menjadi dua jenis yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022), definisi analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yangh telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pengilahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokan dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan adalah proses mengumpulkan penelitian. Persiapan adalah proses mengumpulkan dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang digunakan serta sesuai dengan tujuan penelitian dalam bentuk informasi yang lebih ringkas.

Menentukan kroteria penilaian responden terhadap variabel penelitian dilakukan dengan interval sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Pemberian Nilai Scoring

Item	Penilaian Responden										Skor Total		%
	SS = 5		S = 4		N = 3		TS = 2		STS = 1		Skor Aktual	Skor Ideal	
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor			
Skor Total Variabel													

Sumber : Data Sugiono (2023)

Keterangan : Skor Ideal = Jumlah Responden x Jumlah *item* Pernyataan x 5

Skor Total $= \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}}$ x 100%

Untuk memudahkan penelitian terhadap jawaban responden, maka variabel penelitian dilakukan kategorisasi dan rumus distribusi penelitian terhadap jumlah skor tanggapan responden sebagai berikut.

Indeks Maksimal = 5

Indeks Minimal = 1

Persentase Indeks Maksimal = Jumlah Responden / Jumlah Pernyataan x 100%

$= \frac{5}{5}$ x 100%

= 100%

Persentase Indeks Minimal = Jumlah Responden / Jumlah Pernyataan x 100%

$= \frac{1}{5}$ x 100%

= 20%

Jarak Interval = % Indeks Maks - % Indeks Min / Kategori

= (100% - 20%) / 5

= 16%

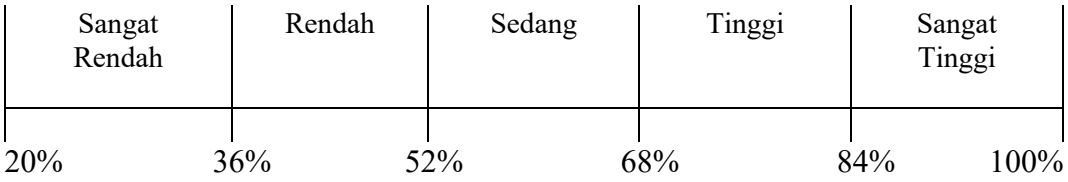
Berdasarkan perhitungan pada rumus diatas, maka diperoleh kategori jumlah skor responden pada tabel 3.5.

Tabel 3. 5 Kategori Interpretasi Skor

Hasil Perhitungan	Kategori
20% - 36%	Sangat Rendah
36% - 52%	Rendah
52% - 68%	Sedang
68% - 84%	Tinggi
84% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber : Data Sugiono (2023)

Adapun jumlah skor tanggapan responden tersebut dapat digambarkan secara kontinum yaitu :



Gambar 3. 1 Garis Kontinum

3.8.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2022), definisi analisis adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan coba menghasilakan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis serta mengetahui hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis verifikatif dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Regresi linear berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari

satu variabel independen terhadap satu variabel dependen, sekaligus mengetahui arah dan besarnya pengaruh yang terjadi. Melalui analisis tersebut, peneliti dapat mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Hasil analisis ini dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan serta pengujian hipotesis penelitian (Agus & Fairus, 2025).

3.8.3 Uji T (Persial)

Menurut Ghozali (2018), Uji Statistic T adalah untuk menguji keberhasilan koefisien regresi secara parsial. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (Citra Merek, harga, dan promosi voucher TikTok) dalam menjelaskan variasi variabel terikat *Brand Switching* secara terpisah ataupun bersama-sama (Ghozali, 2018).

$$t\ tabel = t(\ \alpha/2;\ n - k - 1)$$

Dimana : α : level signifikasi 5% (0,05)

n : Jumlah sampel

k : Jumlah Variabel x

Dasar pengambilan keputusan uji t sebagai berikut:

1. t hitung > t tabel atau sig < α = 5% : Ho diterima atau terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
2. t hitung < t tabel atau sig > α = 5% : Ho ditolak atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

3.8.4 Uji F (Silmultan)

Menurut Ghozali (2018), analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antar variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh tersebut memiliki tingkat signifikansi pada *alpha* 5%. Adapun metode untuk menentukan apabila nilai Signifikan < 0,05 dan F hitung >Ftabel.

Menentukan kriteria pengujian:

1. Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.
2. Jika F hitung <F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.

F tabel = f (k;n-k)

Dimana : k : Variabel bebas dan

n : Jumlah sampel

3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi ($\mathbf{R^2}$)

Menutut Ghozali (2018), Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Uji Koefisien Determinasi ini menggunakan rumus sebagai berikut:

Kd = R^2 x 100%

Dimana: Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi