

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Menurut Sugiyono (2013), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk menguji hipotesis melalui proses pengumpulan data dari populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian yang terstruktur, kemudian data yang diperoleh dianalisis secara statistik. Sementara itu, metode survei menurut Sugiyono (2013) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dari suatu objek penelitian dalam kondisi alamiah, di mana peneliti melakukan pengumpulan data melalui instrumen tertentu, seperti penyebaran kuesioner yang telah disusun secara sistematis.

Secara prinsip, pendekatan ini memenuhi kaidah cara ilmiah, yaitu rasional (dirancang secara logis untuk menguji hubungan antar variabel), empiris (data diukur secara objektif dan dapat diamati), dan sistematis (mengikuti langkah-langkah penelitian yang terurut dan metodologis). Penelitian ini berupaya menghasilkan data yang valid, reliabel, dan objektif, di mana validitas menjadi tolok ukur utama keakuratan temuan (Sugiyono, 2013)

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai cara pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian agar dapat diobservasi secara empiris. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

Tabel 3.1 Definisi Operasional.

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Definisi Operasional Indikator	Pernyataan
<i>Korean Wave (X1)</i> (Kim, 2013)	Persepsi anggota Komunitas K-pop di Surabaya mengenai sejauh mana budaya populer Korea memengaruhi kehidupan mereka, khususnya dalam konsumsi Mie Samyang <i>Green</i> .	Paparan Budaya	Seberapa sering anggota komunitas K-pop mengonsumsi konten budaya Korea seperti menonton drama Korea, mendengarkan musik K-pop, atau mengikuti konten kreator.	Saya sering menonton drama Korea atau mendengarkan musik K-pop
		Ketertarikan Budaya	Tingkat minat dan rasa suka anggota komunitas K-pop terhadap gaya hidup, kuliner, <i>fashion</i> , dan kebudayaan Korea Selatan secara keseluruhan.	Saya memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap makanan dan gaya hidup Korea.
		Pengaruh Media	Sejauh mana konten media sosial, <i>platform streaming</i> , iklan daring, maupun konten yang dibuat oleh <i>influencer</i> dan idol K-pop memengaruhi minat dan ketertarikan anggota komunitas terhadap produk Korea.	Budaya Korea atau K-pop mempengaruhi pilihan produk yang saya konsumsi
		<i>Country Image</i>	Penilaian subjektif anggota komunitas K-pop terhadap Korea Selatan sebagai negara asal yang dikenal modern, inovatif, dan berkualitas.	Korea adalah negara yang maju dan modern
		<i>Awereness produk</i>	Kesadaran anggota komunitas K-pop terhadap keberadaan merek produk Korea di pasaran, sebagai dampak dari eksposur <i>Korean Wave</i> .	Saya sangat familiar dengan produk makanan Korea yang populer

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Definisi Operasional Indikator	Pernyataan
		Media Sosial & Tren	Seberapa besar pengaruh kekuatan media sosial sebagai katalisator yang mempercepat penyebaran tren konsumsi produk Korea di kalangan komunitas K-pop.	Saya selalu mengikuti <i>trend</i> budaya Korea
Pengetahuan Konsumen (X2) (Solomon, 2018)	Tingkat pemahaman dan informasi yang dimiliki anggota Komunitas K-pop Surabaya tentang Mie Samyang <i>Green</i> . Pemahaman ini mencakup pengetahuan mengenai ciri khas produk, cara memperoleh produk, serta pengalaman mereka dalam mengonsumsinya.	Pengetahuan atribut produk	Pemahaman anggota komunitas K-pop Surabaya mengenai karakteristik utama mie Samyang <i>green</i> , meliputi cita rasa, tingkat kepedasan, tekstur mie, kandungan bahan.	Saya mengetahui karakteristik utama mie Samyang <i>green</i> , seperti rasa, kualitas, dan teksturnya
		Pengetahuan Merek	Kemampuan anggota komunitas K-pop untuk mengenali, mengingat, dan memahami reputasi merek Samyang sebagai produsen mie instan asal Korea Selatan.	Saya mengenal merek Samyang dan mengetahui reputasinya sebagai produk mie instan asal Korea
		Pengetahuan Cara Penggunaan	Pemahaman anggota komunitas K-pop mengenai cara menyajikan dan mengonsumsi mie Samyang <i>Green</i> dengan benar, termasuk takaran air, waktu memasak, cara mencampur bumbu, serta variasi penyajian yang dapat dilakukan.	Saya mengetahui cara memasak dan mengonsumsi mie Samyang <i>green</i> dengan benar sesuai petunjuk yang tersedia
		Pengetahuan Kualitas & Keaslian	Pemahaman anggota komunitas K-pop mengenai standar kualitas dan keabsahan produk mie Samyang <i>Green</i> , khususnya terkait kepemilikan sertifikasi halal dari Majelis	Saya mengetahui bahwa mie Samyang <i>green</i> memiliki sertifikasi resmi, seperti sertifikasi halal, yang menjamin keamanan

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Definisi Operasional Indikator	Pernyataan
Persepsi Harga (X3) (Kotler et al., 2022)	Penilaian subjektif anggota Komunitas K-pop Surabaya mengenai harga Mie Samyang <i>Green</i> yang mencakup keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas, dan daya saingnya dengan produk lain.		Ulama Indonesia (MUI) dan izin edar dari BPOM.	produknya
		Pengetahuan Berbasis Pengalaman & Familiar	Tingkat kefamiliaran yang dimiliki anggota komunitas K-pop berdasarkan pengalaman langsung dalam mengonsumsi mie Samyang <i>Green</i> .	Saya sudah pernah mengonsumsi mie Samyang <i>green</i> sehingga merasa familiar dengan produk tersebut
		Kewajaran harga (<i>Price Fairness</i>)	Penilaian subjektif anggota komunitas K-pop Surabaya mengenai apakah harga mie Samyang <i>Green</i> yang berkisar antara Rp. 15.000 hingga Rp. 25.000 per bungkus dianggap wajar dan adil sesuai dengan kualitas, cita rasa, dan nilai budaya yang melekat pada produk Korea tersebut.	Harga mie Samyang <i>green</i> sebanding dengan rasa dan manfaat yang saya dapatkan
		Keterjangkauan Harga (<i>Price Affordability</i>)	Persepsi anggota komunitas K-pop mengenai kemampuan finansial mereka untuk membeli mie Samyang <i>Green</i> secara rutin.	Harga mie Samyang <i>green</i> masih terjangkau
		Harga Kualitas (<i>Price Quality</i>)	Keyakinan anggota komunitas K-pop bahwa harga mie Samyang <i>green</i> yang relatif lebih tinggi mencerminkan kualitas produk yang lebih baik.	Harga mie Samyang <i>green</i> mencerminkan kualitas
		Harga Relatif	Penilaian anggota komunitas K-pop mengenai posisi harga Mie Samyang <i>Green</i> dibandingkan produk mie instan	Harga mie Samyang <i>green</i> lebih kompetitif dibanding merek lain

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Definisi Operasional Indikator	Pernyataan
			sejenis dari merek lain, baik lokal maupun impor.	
		Diskon dan Promosi Harga	Persepsi anggota komunitas K-pop terhadap keberadaan dan daya tarik program diskon, promo bundling, flash sale, atau penawaran khusus yang ditawarkan oleh penjual mie Samyang Green, baik di toko fisik maupun platform belanja daring.	Diskon dan promosi membuat harga mie Samyang <i>green</i> lebih menarik
		Citra Harga (<i>Price Image</i>)	Kesan keseluruhan yang terbentuk dalam benak anggota komunitas K-pop mengenai kategori harga mie Samyang <i>green</i> , apakah produk ini dipersepsikan sebagai produk terjangkau, wajar, atau premium.	Mie Samyang <i>green</i> adalah produk premium
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler et al., 2021)	Proses penetapan pilihan yang dilakukan anggota Komunitas K-pop Surabaya untuk mengonsumsi mie Samyang <i>green</i> sebagai salah satu produk budaya Korea.	Keputusan memilih produk atau merek	Keyakinan komunitas K-pop dalam memilih mie Samyang <i>green</i> dibandingkan produk mie instan merek lain sebagai hasil evaluasi alternatif produk.	Saya yakin memilih mie Samyang <i>green</i> dibanding merek lain
		Keputusan membeli	Keputusan komunitas K-pop untuk melakukan pembelian mie Samyang <i>green</i> setelah mempertimbangkan kebutuhan, manfaat, dan kesesuaian produk.	Saya memutuskan membeli mie Samyang <i>green</i> dibanding mie lain
		Rekomendasi	Kesediaan komunitas K-pop untuk merekomendasikan mie Samyang <i>green</i>	Saya bersedia merekomendasikan mie Samyang <i>green</i> kepada

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Definisi Operasional Indikator	Pernyataan
			kepada orang lain berdasarkan pengalaman setelah melakukan pembelian dan konsumsi produk.	orang lain

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas K-pop yang berada di Kota Surabaya dan memiliki pengetahuan serta pengalaman terhadap produk Mie Samyang *Green*. Populasi tersebut dipilih karena komunitas K-pop merupakan kelompok yang terpapar secara langsung oleh fenomena *Korean Wave*, sehingga relevan untuk mengkaji pengaruh *korean wave*, *consumer knowledge*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, mengingat komunitas K-pop di Surabaya bersifat terbuka dan tersebar di berbagai *platform*, baik secara daring maupun luring, serta tidak memiliki data keanggotaan yang terpusat. penelitian ini menentukan sampel dilakukan dengan pendekatan *non-probability sampling*.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan jumlah serta karakteristik yang terdapat dalam suatu populasi yang dipilih untuk menjadi sumber data dalam penelitian. Adapun teknik sampling merupakan metode atau prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam menentukan dan memilih sampel yang akan digunakan sebagai objek penelitian (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini, proses pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik tersebut merupakan metode pemilihan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2013).

Metode *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini dipilih karena populasi penelitian tidak diketahui secara pasti dan responden yang dibutuhkan harus memenuhi kriteria khusus, yaitu merupakan anggota komunitas K-pop di Kota Surabaya serta mengetahui dan pernah mengonsumsi Mie Samyang Green. Dengan demikian, penggunaan *purposive sampling* dinilai sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2013).

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini:

- 1) Merupakan anggota komunitas K-pop
- 2) Berdomisili di Kota Surabaya
- 3) Mengetahui produk Mie Samyang *Green*

- 4) Pernah mengonsumsi Mie Samyang *Green* minimal satu kali
- 5) Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat (Hair et al. 2019) yang menyatakan bahwa ukuran sampel dalam penelitian multivariat dapat ditentukan berdasarkan jumlah indikator yang digunakan, yaitu minimal 5 sampai 10 kali jumlah indikator. Pendekatan ini umum digunakan dalam penelitian perilaku konsumen yang melibatkan beberapa variabel laten.

Penelitian ini menggunakan 20 indikator, sehingga jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah:

$$n \times 5 = 20 \times 5 = 100 \text{ responden}$$

Keterangan :

n = jumlah indikator yang digunakan (20 indikator)

5 = kelipatan yang disarankan sebagai ukuran sampel minimum per indikator

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, yang dianggap representatif.

D. Objek dan Waktu Penelitian

1. Objek

Objek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian Mie Samyang *Green* pada anggota komunitas K-pop di Kota Surabaya. Penelitian ini memfokuskan kajian pada pengaruh *Korean Wave*, Pengetahuan Konsumen, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk tersebut. Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada tingginya minat komunitas K-pop terhadap produk makanan

instan asal Korea serta relevansinya dengan fenomena budaya populer Korea yang berkembang di masyarakat.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 sampai dengan Juni 2026. Penentuan waktu penelitian disesuaikan dengan jadwal penyusunan penelitian dan proses pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online dengan memanfaatkan platform Google Form. Responden diminta untuk memilih jawaban yang telah tersedia dengan memberikan tanda sesuai dengan kondisi, pandangan, atau penilaian mereka.

Kuesioner dalam penelitian ini disusun menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi informasi mengenai karakteristik responden, seperti nama, usia, dan alamat. Selanjutnya, responden diarahkan untuk menjawab pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu Korean Wave, Pengetahuan Konsumen, Persepsi Harga, serta Keputusan Pembelian Mie Samyang Green pada komunitas K-pop di Surabaya.

Pengukuran setiap indikator dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2013), skala Likert merupakan alat pengukuran yang

digunakan untuk mengetahui sikap, pendapat, maupun persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena tertentu. Setiap indikator penelitian dinilai menggunakan lima alternatif tingkat jawaban dengan rentang skor 1 sampai dengan 5, yang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

PILIHAN JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Penelitian ini menerapkan skala Likert yang dilengkapi dengan pilihan jawaban netral agar responden memiliki alternatif dalam memberikan penilaian ketika tidak sepenuhnya setuju maupun tidak setuju terhadap suatu pernyataan. Meskipun menyediakan kategori netral, proses analisis data tetap dilakukan dengan memperhatikan pola dan penyebaran jawaban responden guna menghindari kemungkinan terjadinya bias dalam hasil penelitian. Berdasarkan penelitian Ningtiyas et al. (2021), penggunaan skala Likert yang menyediakan kategori netral maupun yang tidak menyediakan kategori tersebut tidak memberikan perbedaan yang signifikan terhadap tingkat validitas dan reliabilitas instrumen. Dengan demikian, penggunaan kategori netral tetap dapat diterapkan karena tidak memengaruhi tingkat keandalan instrumen penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner

kepada responden yang berasal dari komunitas K-pop di Kota Surabaya, dengan kriteria telah mengetahui serta pernah mengonsumsi Mie Samyang *Green* sekurang-kurangnya satu kali. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber atau objek penelitian yang diteliti.

Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder sebagai data pendukung. Data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber tidak langsung, seperti buku referensi, artikel ilmiah, jurnal penelitian, serta informasi resmi dari situs web yang berkaitan dengan topik penelitian. Fatihudin dan Firmansyah (2019) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui perantara atau sumber lain yang telah tersedia sebelumnya. Data tersebut digunakan untuk memperkuat kajian teori dan membantu proses analisis dalam penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini merujuk pada metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data dari responden guna menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis (Sugiyono, 2013). Proses analisis dilakukan setelah seluruh data kuesioner terkumpul dan dinyatakan layak untuk diolah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Korean Wave* (X1), Pengetahuan Konsumen (X2), dan Persepsi Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian Samyang (Y) pada komunitas K-pop di Surabaya. Pengolahan data

dilakukan menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) melalui serangkaian uji, yaitu uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara individu (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan). Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel *Korean Wave*, Pengetahuan Konsumen, dan Persepsi Harga mampu memberikan kontribusi dalam menjelaskan variabel Keputusan Pembelian Mie Samyang *Green*.

1. Uji Instrumen

Uji instrumen merupakan salah satu tahapan yang dilakukan dalam penelitian untuk mengetahui tingkat kelayakan dari alat ukur yang digunakan. Suatu instrumen penelitian dikatakan baik apabila mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat (valid) serta menghasilkan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten (reliabel). Menurut Ghozali (2018), pengujian instrumen bertujuan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner telah memenuhi kriteria ketepatan dan dapat digunakan sebagai instrumen dalam proses pengumpulan data. Oleh karena itu, sebelum dilakukan tahap analisis data lebih lanjut, kuesioner penelitian perlu melalui pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu.

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian mampu mengukur konsep atau variabel yang seharusnya diukur. Suatu

kuesioner dapat dikatakan valid apabila setiap item pernyataan yang terdapat di dalamnya mampu menggambarkan dan mengukur aspek yang menjadi tujuan penelitian secara tepat (Ghozali, 2018).

Proses pengujian validitas dilakukan dengan melihat hubungan antara skor masing-masing item pernyataan dengan skor total variabel, yaitu hasil akumulasi dari seluruh item pernyataan pada variabel yang sama. Menurut Priyatno (2014), suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel serta memiliki nilai positif. Sebaliknya, apabila nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel, maka item tersebut dianggap tidak memenuhi kriteria validitas sehingga perlu dilakukan perbaikan atau penghapusan.

Berdasarkan hal tersebut, uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan pada masing-masing variabel mampu menjelaskan konstruk penelitian secara tepat dan sesuai dengan tujuan pengukuran..

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Menurut Sujarweni (2018), reliabilitas menggambarkan tingkat kepercayaan suatu alat ukur dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat diandalkan. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang relatif sama ketika digunakan secara berulang pada kondisi yang serupa.

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yaitu salah satu metode yang banyak digunakan untuk menguji tingkat konsistensi instrumen, khususnya dalam penelitian bidang sosial (Ghozali, 2018). Menurut Priyanto (2014), suatu variabel dinilai memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Sebaliknya, apabila nilai *Cronbach's Alpha* berada di bawah 0,60, maka instrumen tersebut dianggap belum memenuhi kriteria reliabilitas.

Melalui pengujian reliabilitas ini, peneliti dapat mengetahui tingkat konsistensi setiap item pernyataan pada masing-masing variabel penelitian. Dengan demikian, instrumen yang telah memenuhi kriteria reliabilitas dapat digunakan untuk tahap analisis selanjutnya, yaitu analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dalam model regresi mengikuti pola distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Suatu model regresi dikatakan baik apabila residual yang dihasilkan memiliki distribusi normal. Pada dasarnya, variabel independen maupun variabel dependen tidak diwajibkan memiliki distribusi normal, namun residual dalam model regresi perlu memenuhi asumsi normalitas agar proses pengujian statistik dapat menghasilkan kesimpulan yang valid.

Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi atau probabilitas lebih besar dari 0,05 ($\text{sig.} > 0,05$), maka data penelitian dianggap memenuhi asumsi distribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi atau probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig.} < 0,05$), maka data penelitian dinyatakan tidak memenuhi asumsi distribusi normal.

Berdasarkan pengujian tersebut, uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan bahwa nilai residual pada model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga analisis statistik lanjutan dapat dilakukan.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang kuat antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi. Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel bebas. Apabila terjadi korelasi yang tinggi antar variabel independen, maka dapat menyebabkan ketidakakuratan dalam estimasi koefisien regresi serta meningkatkan nilai standar error.

Dalam penelitian ini, pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada setiap variabel independen, yaitu *Korean Wave* (X1), Pengetahuan Konsumen (X2), dan Persepsi

Harga (X3). Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai VIF lebih besar dari 10 ($VIF > 10$) dan nilai Tolerance kurang dari 0,1 ($Tolerance < 0,1$), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi mengalami masalah multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$) dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 ($Tolerance > 0,1$), maka model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas.

Berdasarkan pengujian tersebut, uji multikolinearitas dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan bahwa variabel *Korean Wave*, Pengetahuan Konsumen, dan Persepsi Harga tidak memiliki hubungan yang terlalu kuat satu sama lain, sehingga model regresi yang digunakan mampu memberikan hasil analisis yang tepat dan dapat diinterpretasikan secara akurat..

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual pada setiap pengamatan dalam suatu model regresi (Ghozali, 2018). Apabila nilai varians residual antar pengamatan memiliki nilai yang tetap, maka kondisi tersebut disebut sebagai homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila terjadi perbedaan varians residual antar pengamatan, maka kondisi tersebut disebut sebagai heteroskedastisitas. Suatu model regresi yang baik diharapkan tidak mengalami heteroskedastisitas atau memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Pada penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode *Glejser Test*, yaitu dengan melakukan regresi terhadap nilai absolut residual dengan variabel independen. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi pada masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05 ($\text{sig.} > 0,05$), maka model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.
- 2) Apabila nilai signifikansi pada masing-masing variabel independen lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig.} < 0,05$), maka model regresi dinyatakan mengalami gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan pengujian tersebut, uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan bahwa model regresi memiliki varians residual yang stabil atau konstan, sehingga hasil estimasi yang diperoleh dapat digunakan secara tepat dalam proses analisis..

3. Analisis Data

a) Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2018). Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat serta melihat besarnya kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Menurut Priyatno (2014), regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengukur tingkat

hubungan antarvariabel sekaligus melakukan prediksi terhadap nilai variabel terikat berdasarkan nilai dari variabel bebas yang digunakan dalam penelitian.

Pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh *Korean Wave* (X_1), Pengetahuan Konsumen (X_2), dan Persepsi Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang *Green* (Y) pada komunitas K-pop di Surabaya. Selain itu, analisis regresi linier berganda juga digunakan sebagai metode pengujian terhadap hipotesis penelitian yang telah dirumuskan. Adapun persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 -3 = Koefisien regresi variabel bebas

X_1 = Variabel *Korean Wave*

X_2 = Variabel Pengetahuan Konsumen

X_3 = Variabel Persepsi Harga

e = Error

4. Uji Hipotesi

a) Uji T (Parsial)

Uji t atau pengujian hipotesis secara parsial merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Dalam penelitian ini, uji t dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial dari setiap variabel bebas, yaitu *Korean Wave* (X_1), Pengetahuan Konsumen (X_2), dan Persepsi Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang *Green* (Y). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara terpisah.

Rumus uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta}{S_b}$$

Keterangan:

t = Nilai t hitung

β = Koefisien regresi

S_b = Standar error

Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima (berpengaruh signifikan).
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (tidak berpengaruh signifikan).

b) Uji F (Simultan)

Uji F atau pengujian hipotesis secara simultan merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pada penelitian ini, uji F dilakukan untuk menguji pengaruh secara simultan dari *Korean Wave* (X_1), Pengetahuan Konsumen (X_2), dan Persepsi Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang *Green* (Y) pada komunitas K-pop di Surabaya. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kombinasi seluruh variabel independen dalam model penelitian mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Apabila nilai F hitung lebih besar dibandingkan nilai F tabel atau nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

