

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Peneliti sepakat untuk menggunakan pendekatan kuantitatif. Hal tersebut dipilih oleh penulis karena dapat secara sistematis membantu memecahkan masalah terhadap fenomena serta korelasinya (Hardani et al., 2020). Tujuannya adalah sebagai pengembangan model matematis, teori dan hipotesa memiliki korelasi dengan pokok masalah. Hal tersebut berusaha guna mencari tahu tingkat mempengaruhinya kualitas produk serta brand ambassador terhadap minat beli produk skincare Y.O.U di Toserba Jadi Baru. Pendekatan kuantitatif memanglah sangat cocok untuk mengetahui korelasi khususnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, apabila dilakukan secara kualitatif maka akan menjumpai hasil data yang rancu dan melebar. Berbeda dengan kuantitatif yang memiliki data yang tepat sasaran karena ditunjukan dengan angka dan kriteria sehingga tidak bisa dibantahkan bahwa data tersebut merupakan data yang mengambang.

B. Desain Penelitian

Sugiyono (2020) menuturkan metode kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivsm sehingga dapat digunakan dengan tepat dalam pengambilan populasi dan sampel tertentu.

Pendekatan kuesioner ataupun digunakan pengumpulan data. Alat pengumpul data dalam teknik kuesioner dan validitas serta reliabilitas nya dinilai menggunakan Kuesioner. Validitas dan reliabilitas nya juga diperiksa dengan menggunakan pendekatan kuesioner.

Langkah setelah dilakukannya pengumpulan data selesai, maka selanjutnya pengolahan data. Teknik analisis statistik digunakan dalam proses ini. Pada proses ini pastikan semua data sudah memenuhi persyaratan statistik yang diperlukan.

Peneliti mengambil 3 variabel yakni 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Guna mengutamakan kepentingan menganalisis data, masing-masing

variabel diwakili oleh simbol. Simbol X_1 mewakili variabel kualitas produk, simbol X_2 mewakili variabel *brand ambassador*, dan simbol Y mewakili variabel minat beli konsumen.

Penelitian ini menguji hipotesis dengan menggali koefisien dengan menunjukkan korelasi antara variabel X_1 terhadap Y, X_2 terhadap Y, dan interaksi antara X_1 dan X_2 terhadap variabel Y.

C. Subjek Penelitian

Penelitian ini sangat didukung dengan adanya data primer. Dikatakan primer karena data tersebut merupakan hasil penelitian yang dijumpai peneliti secara faktual di sumber penelitian. Sumber data penelitian didapatkan melalui respon konsumen produk *skincare* Y.O.U dalam menjawab kuesioner dari peneliti. Data penelitian ini digunakan peneliti guna mendapatkan informasi pengaruh responden tentang variabel yang terkait melalui peningkatan minat beli pelanggan kepada *skincare* Y.O.U di Toserba Jadi Baru.

1. Populasi

Data dalam penelitian akan diambil dengan penentuan populasi oleh beberapa objek tertentu atau kelompok tertentu. Tujuannya untuk mengetahui sifat dari populasi. Populasi kerap dikenal dengan sekelompok orang atau hewan yang menempati tempat tertentu (Merriam-Webster, 2016). Gravetter dan Wallnau dalam Suriani et al. (2023) menuturkan *the set of all the individuals of interest in a particular study* adalah definisi populasi. Dengan demikian, populasi merupakan sejumlah individu yang akan dilibatkan dalam penelitian. Di lain sisi, kalimat “individu” tidak hanya untuk manusia melainkan dapat objek lain seperti populasi perusahaan hingga komponen suatu pabrik. Populasi sebagai sumber data dengan karakteristik dalam sebuah penelitian (Hardani et al., 2020: 361). Populasi dalam penelitian bahwa peneliti menggunakan sebuah kelompok yang pernah

menggunakan produk skincare Y.O.U sehingga mudah bagi peneliti untuk mengetahui pengaruh produk tersebut kepada konsumen.

2. Sampel

Sampel adalah hasil dari teknik sampling terhadap sebagian anggota populasi (Hardani et al., 2020). Sampel adalah sebagai dari jumlah populasi dalam penelitian yang sudah ditunjuk oleh peneliti dengan teknik pengambilan sampel tertentu. Sampel dikatakan seorang individu yang mewakili populasi tertentu. Besarnya populasi dalam penelitian menjadi alasan bahwa peneliti tidak mungkin untuk mencakup seluruh kajian keilmuan, maka peneliti memiliki kesempatan untuk mengambil sampel yang dianggap sebagai keseluruhan dari populasi (Suriani et al., 2023).

Metode nonprobability dipilih oleh peneliti yang berarti bahwa pengambilan sampel dengan pengacakan yang dapat memberikan kemungkinan sama untuk populasi yang telah ditentukan. Teknik ini pakai dengan incidental sampling yang berguna dalam penentuan objek penelitian berdasarkan pada kebetulan orang dipandang cocok sebagai sumber penelitian (Sugiyono, 2020).

Sugiyono (2020) menuturkan pengambilan sampel merupakan prosedur dalam menetapkan sampel penelitian. Prosedur sampling diaplikasikan dalam penelitian adalah *nonprobability sampling*. Gagasan Sugiyono (2020) menerangkan bahwa teknik tersebut merupakan prosedur dalam mengambil sampel yang tidak melonggarkan ruang gerak bagi setiap kalangan dalam anggota populasi tersebut. *Nonprobability sampling* mengandung prosedur yang (1) sistematis, (2) kuota, (3) *insidental*, (4) jenuh, (5) purposive dan (6) *snowball sampling*. Peneliti memakai sampling jenuh, Sugiyono (2020) mengutarakan pendapat yakni sampling jenuh adalah sampel penelitian yang apabila ditambah jumlah sampelnya juga mengikuti tidak adanya penambahan dalam keterwakilan. Oleh sebab itu nilai informasi sama sekali tidak akan terkena pengaruh.

Penelitian yang dilakukan apabila populasi penelitian besar dan tidak diketahui jumlah populasi penelitian tersebut, maka penentuan sampel penelitian ditentukan dengan rumus berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(\text{more})^2}$$

$$n = \left(\frac{za}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

Z : nilai Z dengan tingkat keyakinan penentuan sampel persen

Pada α : 5% maka $Z = 1,96$

Moc : Margin error atau kesalahan maksimum yang ditoleransi, biasanya sebesar 10 %. Sehingga sampel (n) yang dihasilkan adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4$$

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa sampel yang diperoleh dari populasi memiliki 96 responden atau setara dengan 100 responden dari pengguna produk skincare Y.O.U di Toserba Jadi Baru Kebumen.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengambilan Sampel

Analisa Kou dkk dalam D. Firmansyah & Dede (2022), Teknik pengambilan sampel sebagai langkah pertama dari keseluruhan proses pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan tujuan dapat menghindari kebingungan di antara teknik-teknik yang terlihat agak mirip

satu sama lain (Som dalam (D. Firmansyah & Dede, 2022)). Dengan demikian, teknik pengambilan sampel merupakan langkah yang tepat dalam berbagai jenis penelitian, sehingga peneliti dapat membuat keputusan teknik yang praktis diterapkan untuk proyek penelitiannya.

Tujuan dari menggunakan prosedur teknik sampling adalah mencari tahu secara mendalam korelasi diantara distribusi variabel dalam populasi penelitian dan distribusi variabel menyerupai (Otzen & Manterola dalam D. Firmansyah & Dede, 2022). Disisi lain, prosedur pengambila sampel juga bertujuan adalah untuk menetapkan kriteria *inklusi* (ciri khas klinis, kependudukan, rentang waktu, dan subjek geografis yang menciptakan populasi penelitian) dan kriteria *eksklusi* (berkaitan dengan ciri khas subjek yang mungkin dapat mengganggu kualitas data) dari hasil.

Pengumpulan data yang diaplikasikan penelitian ini ialah menggunakan kuesioner. Sebagai bahan pertimbangan di bawah ini merupakan sampel yang telah ditunjuk peneliti:

- a. Responden dengan usia kisaran 17 - 34 tahun
- b. Berdomisili di Kabupaten Kebumen
- c. Sudah pernah menggunakan produk *skincare* Y.O.U

2. Teknik Pengumpulan Data

Kuesionar wujud langkah strategis yang dipakai untuk mencari kejadian di lapangan. Langkah dari kuesioner dengan menyebar pertanyaan kepada sampel. Penulis memberikan kuesioner kepada 100 sampel akan tetapi tidak menutup kemungkinan akan bertambah sera responden yang pernah menggunakan produk *skincare* Y.O.U di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut dilakukan untuk menggambarkan (1) perilaku, (2) perspektif, dan (3) pendapat dari sampel. Kuesioner ini mengajukan beberapa pertanyaan dengan disertai alternatif jawaban.

Skala likert adalah strategi efisien yang dipakai dalam penelitian. Gagasan Hardani et al. (2020: 390), Skala likert (Likert scale) strategi yang

digunakan untuk menilai dari angka 5 sampai 7 atau sesuai dengan tingkat tidak setuju dan kesetujuan. Skala tersebut merepresentasikan secara nyata sikap responden kepada objek yang sedang diteliti. Terdapat dua komponen dalam skala Likert: bagian pertama berisi pernyataan mengenai produk, acara, atau sikap tertentu, sedangkan kedua adalah pemilihan daftar respon yang berkisar dari "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju." Penelitian ini menerapkan skala Likert dengan versi 5 poin, yang dapat dilihat pada Tabel 3.1 skala Likert yang digunakan sebagai instrumen.

Tabel 3.1. Skala Likert

Pilihan Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Teknik Analisis Data

Data-data yang sudah dikumpulkan perlu diolah keabsahannya. Analisis data adalah langkah pengorganisasian data sesuai dengan variabel dan kategori responden, pembuatan tabulasi data sesuai variabel dalam penelitian, dan pelaksanaan komputasi guna memverifikasi hipotesis yang telah disepakati. Prosedur analisis data berusaha menguraikan data menjadi bagian yang lebih kecil dengan menarik sintesa dan didukung penyusunan pola serta memilih bahan materi yang relevan sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Analisis regresi linier berganda diaplikasikan dalam penelitian dengan menggunakan komputer SPSS versi 29. Analisis regresi linier berganda sebagai pengujian pengaruh kualitas produk dan brand ambassador terhadap minat beli

konsumen pada produk skincare Y.O.U di Toserba Jadi Baru Kebumen. Dengan melakukan analisis data maka penelitian ini akan menghasilkan data yang kredibel bahkan melihat bahwa responden yang diberikan kuesioner tidak sedikit sehingga butuh pengujian dari data untuk mencapai target penelitian yang telah ditetapkan pada penelitian kuantitatif.

3.1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Pendapat Janna & Herianto (2021) menuturkan Uji validitas merupakan alat ukur berguna untuk menguji keabsahan (sahih) atau tidak validnya suatu data. Daftar pertanyaan dalam kuesioner digunakan sebagai alat ukur. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya dapat menjelaskan apa yang diukur oleh kuesioner tersebut. Terdapat dua jenis pengujian validitas. Pertama, mengaitkan skor dari setiap item pertanyaan dengan keseluruhan total skor. Kedua, menghubungkan nilai/skor dari setiap item-item dengan pengukuran total skor konstruk.

Penilaian akuratnya suatu kuesioner dapat di uji dengan uji validitas. Pengujian digerakkan dengan memberikan perbandingan antara nilai r hitung yang didapati dari tabel korelasi dengan nilai r tabel untuk setiap variabel. Ketentuan untuk derajat kebebasan (df) adalah $n-k$, diketahui bahwa n adalah banyaknya sampel yang dipakai dan k adalah banyaknya variabel independen, dengan tingkat signifikansi 0,05. Diketahui nilai r hitung lebih besar dari r tabel, berakibat pada keabsahan atau kevalidan data analisis. Sebaliknya, jika data tidak absah atau tidak valid ketika dianalisis, karena nilai r hitung lebih kecil.

b. Uji Reliabilitas

Gagasan Hardani et al. (2020: 393) bahwa instrumen penelitian dikenal sebagai reliabel dengan ditunjukkan hasil yang sama dalam pengukuran yang diaplikasikan secara berulang-ulang dengan kondisi

konstan, sehingga jika dilakukan pada waktu yang berbeda-beda tetapi hasilnya tetap akan sama. Data uji reliabel peneliti menggunakan teknik pengukuran koefisien dari cronbach alpha (Arikunto, 2009). Apabila nilai cronbach alpha hitung $> 0,60$ atau lebih, maka dapat disebut dengan reliabel. Selain itu, reliabel sempurna ketika kondisi cronbach alpha semakin mendekati 1.

E. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik konvensional berusaha dengan mengkorelasikan antara variabel (X) dan dependen variabel (Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi sebagai usaha memberikan perbandingan dua variabel yang berbeda. Beberapa asumsi harus benar guna memperoleh model regresi akhir yang dapat diandalkan. Uji asumsi klasik memiliki tiga jenis pengujian yakni:

1. Uji Normalitas

Pendapat peneliti Fahmeyzan et al. (2018) menuturkan Uji Normalitas merupakan cara pengujian yang pengaplikasiannya guna memberikan penilaian terhadap sebaran data pada suatu variabel, sehingga dapat menjumpai hasil sebaran data berdistribusi normal atau tidak. Dari kegiatan yang pernah dilewati beberapa pakar ahli statistika, apabila jumlah data lebih dari 30 ($n > 30$), maka dapat diasumsikan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Disisi lain penelitian ini juga mengaplikasikan uji normalitas dari grafik Jarque-Bera. Keputusan dapat diambil karena berlandaskan pada kriteria pengujian. Apabila angka skor probabilitas dari uji Jarque-Bera lebih besar dari 0,05, maka data dengan sepakat disebut berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila skor probabilitasnya kurang dari 0,05, maka data disebut tidak berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Pendapat Firdausya & Indawati (2023) menjelaskan keadaan varian dari error bersifat tidak konstan disebut dengan Heteroskedastisitas. Keberadaan heteroskedastisitas menimbulkan tidak tepatnya model regresi sehingga kesalahan akan ditemui ketika menginterpretasikan hasil penelitian. Uji heteroskedastisitas memiliki dua pengujian yakni uji glejser dan uji yang sering diaplikasikan oleh para peneliti. Hal tersebut dikarenakan data cross section pada Heteroskedastisitas lebih rentan terjadi.

Pengujian ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat ketidaksamaan variabel residual (error) antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika variabel residual tetap, hal tersebut diartikan sebagai heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika variabel residual menunjukkan perubahan, maka itu disebut sebagai heteroskedastisitas, yang dapat menimbulkan masalah dalam analisis regresi. Dalam penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser..

3. Uji Multikolenieritas

Ragner Frisch sebagai tangan pertama yang mempromosikan multikolenieritas yang menampilkan model regresi pada setiap bagian variabel yang ditunjukkan dengan korelasi linier sangat tinggi. Multikolenieritas bisa terjadi dan membuahkan akibat pada pemakaian metode regresi menjadi tidak pas karena variabel koefisien regresinya sangat besar sedangkan taksiran regresinya tidak stabil. Menurut Anggryeny dalam Azizah et al (2021) mendekteksi adanya multikolenieritas sebagai berikut:

1. Nilai R-squared dan F-statistik yang tinggi secara signifikan, tetapi banyak nilai t-statistik yang tidak signifikan.
2. Terdapat hubungan yang cukup kuat antara dua variabel bebas (biasanya di atas 0,8).
3. Nilai condition number lebih dari 20 atau 30.

Selain ketiga faktor tersebut, apabila skor VIF diperoleh lebih dari 10,00 dan skor Tolerance (TOL) yang dihasilkan kurang dari 0,10 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kolinieritas tinggi dapat terdeteksi.

Pengujian seperti ini perlu dilakukan karena berguna dalam pengujian yang menunjukkan adanya korelasi independen (variabel bebas) dalam model regresi. ini sangat dibutuhkan untuk menguji sebuah model regresi dijumpai adanya korelasi antara variabel independen (variabel bebas). Model regresi dapat ditinjau dari skor tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) untuk mendapatkan informasi tentang Multikolenieritas. Apabila skor VIF kurang dari 10 dapat termasuk dalam multikolinieritas.

F. Uji Hipotesis

Dalam kegiatan penelitian kuantitatif sangat diperlukan prasangka dan dugaan yang dikenal dengan Hipotesis. Maka dari itu dugaan yang telah diciptakan perlu untuk diuji keabsahannya berdasarkan teori dan data yang ada untuk mendapati hasil yang absah dan sesuai arah tujuan penelitian. Dalam uji hipotesis dapat menggunakan beberapa teknik pengujian seperti di bawah ini:

1. Uji T (Uji Parsial)

Hal ini didukung pendapat Sena (2011) yang menjelaskan bahwa untuk menguji kemaknaan koefisien regresi/parsial bisa mengaplikasikan alat ukur ini karena penggunaannya sangat tepat untuk menguji keabsahan data. Pengujian secara parsial digerakkan guna menemukan tingkat mempengaruhinya secara parsial antara variabel bebas dan terikat yang dijumpai pada skor t pada taraf signifikansi 5%. Perolehan skor T dapat dihasilkan melalui program SPSS yang ditunjukkan dengan tabel coefficients. Di sisi lain, koefisien determinasi (R^2) yang diaplikasikan pada penelitian ini memiliki kemampuan berguna sebagai alat pengukuran tingkat kemampuan model ketika menunjukkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yakni diantara 0 dan 1. Kemampuan variabel-variabel independen terbatas ditunjukkan dengan kecilnya nilai R^2 . Apabila dalam pengujian empiris diperoleh nilai Adjusted R^2 negatif, kemudian

akan berakibat pada nilai Adjusted R² dengan akhiran nilai nol. Dilihat secara sistematis apabila nilai $R^2 = 1$, oleh karena itu $\text{adjusted } R^2 = R^2 = 1$, apabila nilai $R^2 = (1-k)/(n-k)$. Dan apabila $k > 1$, akan dijumpai Adjusted R² dengan nilai negatif.

Proses mengetahui tingkat hubungan secara parial antara variabel independen yang memiliki pengaruh terhadap nilai variabel dependen dalam model regresi dapat dilakukan dengan Uji T. Hal ini dilakukan karena memiliki tugas penting yakni untuk menguji tingkat pengaruh atau korelasi antara variabel independen (X) yakni Kualitas produk (X₁) dan Brand ambassador (X₂), terhadap Minat beli (Y). Kemudian hasil pengujiannya akan dibandingkan dengan t tabel yang menggunakan tingkat kesalahan 0,05.

1. H₀ diterima dan H₁ ditolak, nilai t hitung < t tabel
2. H₀ ditolak jika H₁ diterima, nilai t hitung > t tabel

Jika H₀ dapat diterima, oleh sebab itu akan dijumpai kesimpulan tidak ditemukan pengaruhnya secara signifikan, sedangkan sebaliknya jika H₀ tidak di terima oleh sebab itu didapati tingkat pengaruh secara signifikan.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji Simultan didukung oleh pendapat Sena (2011) yang menjelaskan bahwa uji ini sangat diperlukan karena memiliki kemampuan untuk mengetahui tingkat keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh sama kepada variabel dependen. Hal tersebut diaplikasikan dengan penggunaan uji distribusi F, artinya membuat perbandingan diantara skor kritis F (F tabel) dengan skor F hitung dengan tampilan pada tabel ANOVA.

Pengujian ini memang perlu dilakukan karena hasil uji F dapat ditemukan mengenai tingkat variabel independen didapati secara simultan pengaruhnya terhadap variabel dependen atau tidak. Penelitian ini akan menggunakan uji F yang dilakukan guna menguji secara signifikan tingkat mempengaruhinya kualitas produk dan *brand ambassador* dengan minat beli konsumen. Oleh sebab itu, penelitian ini akan memberikan hasil yang akan dilakukan perbandingan

dengan F tabel yang merupakan hasil penggunaan tingkat signifikan level 0.05 yang memiliki kriteria adalah sebagai berikut:

- a. H_0 ditolak dan H_1 diterima, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$
- b. H_0 diterima dan H_1 ditolak, nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Secara general bahwa setiap aplikasi (software) statistika akan selalu memberikan informasi mengenai model regresi yang mengandung koefisien determinasi sampel R^2 pada outputnya. Hal tersebut telah dilakukan oleh pemakai dengan langsung menggunakan koefisien determinasi artinya usaha untuk mencari tahu tingkat model regresi sudah baik atau sebaliknya. Model regresi ini dapat disebut dengan variabel bebas atau faktor. Hal tersebut karena memiliki beberapa faktor yang ditentukan yakni (*fixed* model) atau acak (*random* model) yang sudah mempunyai distribusi tertentu.

Pengujian ini akan diperlukan oleh peneliti karena memiliki kemampuan guna mengukur tingkat kemampuan model regresi dengan menunjukkan variasi dari variabel dependen hingga dapat dijumpai variabel independen yang mengandung dampak paling berpengaruh kepada variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) mempunyai nilai interval diantara 0 sampai 1. Hasil model regresi akan baik dengan kata lain secara menyeluruh variabel independen bisa memberikan penjelasan mengenai variabel dependen dengan kuat, apabila nilai R^2 semakin dekat dengan angka 1. Sebaliknya, apabila model regresi ditemukan tidak baik atau disebut juga variabel independen tidak bisa menerangkan variabel dependen dapat ditampilkan terhadap nilai R^2 yang mendekati nilai 0.

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\alpha \sum y + b \sum xy - n(y)^2}{\sum y^2 - n(y)^2}$$

Keterangan:

R^2 : Besarnya koefisien determinasi sampel

α : Titik potong kurva terhadap sumbu Y (konstanta)

b : Slope garis estimasi yang paling baik

n : Banyaknya data

x : Nilai variabel x

y : Nilai variabel y

Disisi lain Koefisien determinasi memiliki fungsinya adalah sebagai berikut:

1. Bentuk alat ukur secara tepat untuk garis regresi yang telah ditentukan terhadap data dari luaran observasi. Semakin tepat garis regresinya, maka ditunjukkan dengan semakin besar nilai R^2 . Akan tetapi apabila kecilnya nilai R^2 , ditemukan tidak memiliki ketetapan pada garis regresinya. R^2 memiliki nilai dari antara 0 hingga 1. Koefisien determinasi memiliki nilai sama menjadi nilai satu atau dekat dengan satu, maka nilai persamaan dianggap baik.

Sebagai alat ukur besarnya tingkat pengaruh variabel bebas terhadap tingkat turun dan naiknya nilai Y.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Gagasan ini didukung oleh pendapat (Ghozali, 2018) yang menguraikan bahwa analisis regresi linear berganda memiliki kemampuan guna pengujian diantara variabel dependen dengan variabel independen. Hal tersebut dilakukan, apabila ditemukan sebuah kondisi variabel independent minimal berjumlah dua (Juwita dkk, 2021) Rumus dari analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$sY = \alpha + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat beli konsumen

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi 1

b_2 = Koefisien regresi 2

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Brand ambassador

e = Kesalahan pengganggu (Standard error)