

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian memanfaatkan metodologi kuantitatif.<sup>1</sup> Metode penelitian kuantitatif menjadi metode penelitian yang mempunyai sifat ilmiah, objektif dan induktif yang mana datanya yang didapati berupa angka-angka (*score* atau nilai) dari pertanyaan-pertanyaan yang dinilai serta dianalisis dengan menggunakan analisis statistik.<sup>2</sup> Dan penelitian menggunakan jenis kerja lapangan (*field reseach*) untuk jenis penelitiannya, di mana penelitian memfokuskan penelitiannya pada situs atau lapangan tertentu. Dalam penelitian ini, dilakukan pada situasi yang alamiah, namun didahului dengan adanya beberapa campur tangan oleh peneliti. Campur tangan ini bertujuan untuk didapatinya fakta atau kejadian yang diinginkan peneliti agar bisa diamati.<sup>3</sup>

### B. Setting Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil penulis adalah di Hijab By Aida yang beralamat di Jl. Raya Besito, Pejaten, Bakalankrapyak, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus Jawa Tengah 59314. Hal ini dikarenakan adanya beberapa alasan diantaranya:

1. Keinginan peneliti, untuk melakukan penelitian di Hijab By Aida mengenai keputusan pembelian pada tahun 2019-2021.
2. Ketersediaan sumber data, yang meliputi waktu dan jarak yang ditempuh serta ketersediaan sumber referensi yang ada.

### C. Populasi dan Sample

#### 1. Populasi

Populasi ialah suatu wilayah terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu serta dipilih oleh peneliti kemudian dipelajari sehingga dapat diambil kesimpulan. Populasi bukan hanya orang, melainkan objek dan benda alam yang lainnya. Populasi juga menyakup dari semua sifat atau karakteristik yang ada dalam subjek dan objek tertentu.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*, 7.

<sup>2</sup> Iwan Hermawan, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Metode* (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 100.

<sup>3</sup> Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Media, 2020): 23

<sup>4</sup> Iwan Hermawan, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Metode* (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 61.

Populasi dimaknai juga dengan semua, dari objek atau subjek yang menjadi sasaran untuk dijadikan penelitian. Objek pada penelitian merupakan sebuah atribut, data yang mempunyai karakteristik tertentu. Sedangkan subjek penelitian adalah tempat data variabel yang digunakan.<sup>5</sup> Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Hijab by Aida terkhusus konsumen perempuan muslim.

## 2. Sampel

Sampel dipilih oleh peneliti dengan mempertimbangkan masalah, tujuan, hipotesis, metode serta alat penelitian, waktu, tenaga, serta biaya. Seperti yang sudah diterangkan di atas, sampel terdiri dari sumber data yang dipilih, subjek penelitian (responden), serta hasil metode pengambilan sampel (*sampling method*).<sup>6</sup> Sampel ialah bagian objek dan subyek yang menjadi bagian populasi. Pengambilan data sampel wajib selaras dengan kualitas dan karakter dari populasi. Pengambilan data sampel yang tidak sesuai dengan karakteristik dan kualitas akan menjadikan penelitian menjadi bias, atau tidak bisa terpercaya, dan kesimpulan bisa salah. Maka dari itu, dalam hal pengambilan data sampel ini tidak bisa sembarangan atau ngawur karena dikhawatirkan tidak dapat mewakili populasi.<sup>7</sup> Sampel penelitian ialah gambaran dari populasi. Sampel penelitian mempunyai karakter yang sama dengan karakter populasi, sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati.<sup>8</sup>

Penelitian menggunakan *nonprobability sampling* yaitu, suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau memberikan peluang yang sama disetiap elemen dan anggota populasi yang dijadikan peneliti sebagai sampel.<sup>9</sup> Oleh karena itu, dalam menentukan sampel peneliti memakai *accidental sample* yaitu, suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan dan menjadikan seseorang *random* yang secara kebetulan bertemu

---

<sup>5</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Sleman: Deepublish Grup Penerbitan Cv Budi Utama, 2020): 11.

<sup>6</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pt.Remaja Rosdakarya, 2016): 137-138.

<sup>7</sup> Iwan Hermawan, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Metode*, 62.

<sup>8</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 12

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 122-123.

dengan peneliti sehingga digunakan sebagai sampel dan tentu orang itu dipandang pantas.<sup>10</sup>

Karena jumlah populasi konsumen Hijab *by* Aida kudu tidak diketahui jumlahnya maka, teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan rumus *lemeshow* untuk menghitung ukuran sampel, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{moe})^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan

moe = *Margin of Error*

Dengan tingkatan keyakinan sampel sebesar 95% atau Z = 1,96 dan tingkatan kesalahan maksimum sampel yang masih dapat ditoleransi atau moe sebesar 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus *lemeshow* :

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

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus *lemeshow* mendapati sampel dari populasi minimal sebesar 96,04 orang. Namun guna mempermudah dalam perhitungan maka dijadikan menjadi 100 orang.

## D. Identifikasi Variabel

### 1. Variable Independen (Bebas)

Variabel independen, sering disebutkan sebagai variabel bebas, atau yang bisa memberikan pengaruh. Variabel ini juga dimaknai dengan variabel yang memiliki peranan untuk mempengaruhi variabel lain. Kerap diucap selaku dorongan, prediktor, dan variabel pokok. Dalam bahasa Indonesia kerap diucap sebagai variabel bebas. Elastis atau bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat ataupun mengganti ataupun membuat variabel menjadi timbul. Dalam riset kegiatan, tindakan merupakan variabel independen, Variabel independen

<sup>10</sup> Henry Syafitri, Amalia dan Juneris Aritonang, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan* (Malang: Ahlimedia Press, 2021): 149

[http://books.google.co.id/books?id=7\\_5LEAAAQBAJ&pg=PA149&dq=accidental+sampling+buku&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj2Zv53vj4AhUGkNgFHSTFAI4O6wF6BAgFEAU#v=onepage&q=accidental%20sampling%20buku&f=false](http://books.google.co.id/books?id=7_5LEAAAQBAJ&pg=PA149&dq=accidental+sampling+buku&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj2Zv53vj4AhUGkNgFHSTFAI4O6wF6BAgFEAU#v=onepage&q=accidental%20sampling%20buku&f=false)

dalam penelitian. ini adalah *Celebrity endorse* ( $X_1$ ), *brand image* ( $X_2$ ), dan *Daya Tarik Iklan* ( $X_3$ ).<sup>11</sup>

**2. Variabel Dependen (Terikat)**

Variabel dependen (terpengaruh) menjadi variabel yang dipengaruhi variabel independen. Variabel dependen biasa dinamakan dengan variabel hasil, kriteria dan juga keluaran atau variabel terikat. Variabel terikat yaitu variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi atau akibat dari tindakan. Dalam penelitian tindakan, variabel terikat adalah variabel hasil atau variabel bebas.<sup>12</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

**E. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan pemaknaan yang diberikan dalam operasi atau kriteria yang bisa dilakukan pengujian secara khusus. Pengertian pada suatu penelitian dengan tujuan untuk mendefinisikan dan mengukurnya.<sup>13</sup> Variabel yang hendak dianalisis dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
1.	<i>Celebrity Endorse XI</i>	Memakai artis dengan bintang iklan di berbagai media baik di media televisi, sosial, cetak. Pendapat (Shimp 2003:460). <sup>14</sup>	1. Kredibilitas <i>celebrity endorse</i> 2. Kecocokan selebriti dengan khalayak 3. Kecocokan selebriti dengan merek.	<i>Likert</i> 1-4

<sup>11</sup> Sangkot Nasution, “VARIABEL PENELITIAN”, *Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA)* 5, no. 2 (2017): 3.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 81

<sup>13</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013): 68

<sup>14</sup> M. Arief Algiffarya, Zakaria Wahabb, Muchsin Saggaff Shihabc dan Marlina Widiyanti, “Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertisin g dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia”, *Andalas Management Review* 4, no. 2, (2020): 19.

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
		Selebriti mempengaruhi konsumen dengan kuat dan berperan sebagai instrumen pemasaran produk yang penting, daya tarik yang dimilikinya luar biasa dengan penggemar yang biasanya tidak dimiliki orang lain.	4. Daya tarik selebri. <sup>15</sup>	
2.	<i>Brand Image</i> X2	Pendapat Sangadji dan Sopiah (2013) <sup>16</sup> brand image merupakan asosiasi yang negatif atau bersifat, tergantung pada pandangan manusia	1. <i>Reputation</i> 2. <i>Recognition</i> 3. <i>Affinity</i> 4. <i>Domain</i> <sup>17</sup>	<i>Likert</i> 1-4

<sup>15</sup> Retry Nanda Tiara Dewi, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”, 414

<sup>16</sup> Fadlilah Mutia Cahya, Ida Aryati Diah Purnomo Wulan dan Ratna Damayanti, “Analisis Celebrity Endorsement, Variasi Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani”, *JURNAL ILMU MANAJEMEN* 9, no. 1 (2019): 91.

<sup>17</sup> Dedeh Kurniasih, *Kepuasan Konsumen Studi Terhadap Word Of Mouth Kualitas Layanan Dan Citra Merek*, 19-22.

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
		mengenai brand. Sementara, pendapat Kotler (2013) brand image merupakan pandangan dan keyakinan yang terdapat dalam diri konsumen, misalnya terlihat melalui asosiasi yang ada dalam ingatan konsumen.		
3.	Daya tarik iklan	daya tarik iklan yaitu hal yang dimanfaatkan untuk pemuatan produk dari perusahaan menarik dan mendapatkan perhatian oleh konsumen. Kemudian, kualitas pesan iklan. <sup>18</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mission, menetapkan tujuan periklanan yang merujuk pada keputusan sebelumnya mengenai pasar sasaran</li> <li>2. Massage (pesan yang disampaikan).</li> <li>3. Media yang digunakan.<sup>19</sup></li> </ol>	Likert 1-4
4.	Keputusan pembelian (Y)	keputusan pembelian yaitu seleksi mengenai dua	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keunggulan Produk</li> <li>2. Manfaat produk</li> <li>3. Pemilihan</li> </ol>	Likert 1-4

<sup>18</sup> Safira Fitri dan Rezi Erdiansyah, “Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, dan Selebriti Endorser terhadap Keputusan Pembelian Uniqlo”, *Prologia* 6, no. 1 (2022): 155.

<sup>19</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 213.

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
		atau lebih alternatif. Makna lainnya yaitu keputusan bisa dibuat ketika terdapat beragam alternatif yang dipilih. <sup>20</sup>	Produk 4. Kesesuaian Harga <sup>21</sup>	

## F. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikodifikasi melalui teknik kodifikasi data yang menjadi langkah terpenting, dimana seorang peneliti tidak tahu teknik dalam mengumpulkan data yang dipakai dalam penelitiannya, maka peneliti tersebut tidak akan dapat data yang memenuhi syarat data yang sudah ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah, antara lain:

### 1. Data Primer

#### a. Wawancara

Wawancara ialah teknik pengumpulan data yang melibatkan antara dua orang atau lebih. Antara nomina (penanya) dengan narasumber. Tujuan dari mewawancarai ialah agar mendapatkan informasi dari narasumber. Wawancara dijalankan dengan menanyakan pertanyaan dari nomina (penannya) kepada narasumber.<sup>22</sup>

Seseorang nomina (penanya) mengajukan pertanyaan kepada para narasumber selama pengumpulan data. Tanya jawab ini akan dipakai sebagai metode pengumpulan data ketika Anda ingin melakukan survei pendahuluan untuk memperjelas masalah serta kemungkinan sasaran survei, atau ketika Anda ingin mengumpulkan pendapat serta permintaan dari responden dengan jumlah responden yang sedikit.<sup>23</sup>

<sup>20</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV Andi, 2015).

<sup>21</sup> Sulistiyo Winarni, "Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Wardah Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang."

<sup>22</sup> Nuning Nurma Dewi dan Achmad Fathoni Rodly, *Komunikasi Bisnis* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022), 139.

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*, 244

## b. Angket/Kuesioner

Kuesioner adalah macam-macam pertanyaan yang dipakai peneliti agar mendapatkan data dari narasumber berkenaan dengan pribadi maupun hal lainnya, terkait dengan penelitian. Kuesioner disusun peneliti dan dipakai dalam kondisi yang berlainan dan memanfaatkan beragam media koleksi data yang berbeda.<sup>24</sup>

Survei merupakan metode pengumpulan informasi yang efektif ketika peneliti yakin dengan variabel yang disurvei serta apa yang diharapkan responden. Jenis pertanyaan ini dapat dijawab secara tertutup melalui jawaban yang disiapkan oleh pengtes. Pemeriksa setuju bahwa responden akan mengidentifikasi serta mengukur pada skala *Likert*. Angket di berikan kepada narasumber/ redponden dengan pertanyaan yang terdapat pilihan berbeda, yaitu :

**Tabel 3.2 Skala Likert**

Simbol	Tanggapan Responden	Skor
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Kuesioner penelitian menggunakan sistem tertutup, yaitu pertanyaan yang diiringi alternatif jawaban, sehingga narasumber/ responden hanya memilih salah satu jawaban dari alternatif jawaban. Dengan memakai prosedur sebagai berikut:

1. Membagikan kuesioner kepada narasumber/ responden.
2. Narasumber/ responden diminta mengisi kuesioner pada alternatif jawaban yang telah disediakan peneliti.
3. Kemudian lembar jawaban kuesioner dikumpulkan, diseleksi peneliti, diolah dan kemudian dianalisis.

## c. Dokumentasi

Penulis memakai metode dokumentasi. Dokumentasi berawal dari kata dokumen yang berarti barang tertulis atau benda mati dan bersangkutan dengan suatu peristiwa bahkan aktivitas tertentu yang berupa arsip data, surat menyurat, rekaman gambar, dan lain-lain.<sup>25</sup>

19. <sup>24</sup> Eko Nugroho, *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner* (Malang: UB Press, 2018),

<sup>25</sup> Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2011): 184

## 2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang telah diperoleh tidak dari sumbernya melainkan data yang sudah terkumpulkan dari pihak lain, dan sudah diolah.<sup>26</sup> Data sekunder dimasukkan guna memberikan gambaran umum dan mendukung hasil peneliti.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode cara mengumpulkan angka, menabelkan angka, menggambarkannya, mengolah dan menganalisis angka tersebut serta memberi penafsiran-penafsiran atau dengan penjelasan lain. Statistik deskriptif menggunakan metode tentang bagaimana cara untuk mengumpulkan angka dalam bentuk catatan dan selanjutnya menyajikan angka tersebut ke dalam bentuk grafik untuk dianalisis dan ditafsirkan serta mengambil kesimpulan.<sup>27</sup>

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas (*Validity*)

Uji validitas ialah istilah alat mengukur suatu uji yang dilihat dari fungsinya, apakah alat ukur sudah benar-benar dapat mengukur yang telah diukur. Uji validitas digunakan untuk menguji sah atau tidak suatu kuesioner. Uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau tidak bagi pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas, disetiap pertanyaan diukur dengan menggabungkan jumlah masing-masing pertanyaan dengan jumlah seluruh jawaban pertanyaan yang digunakan disetiap variabel didalam kuesioner. Kriteria uji validitas ialah, membandingkan nilai  $r$  hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai  $r$  table. Nilai  $r$  hitung nanti akan dipergunakan untuk tolak ukur yang memiliki pernyataan valid atau sahnya atau tidaksahnya pada item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung suatu penelitian, maka yang dicari dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabelnya.

Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- 1) “Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrument penelitian dikatakan valid”

---

<sup>26</sup> Wahyu Hidayat Riyanto dan Achmad Mohyi, *Metode Penelitian Ekonomi* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 80.

<sup>27</sup> Vivi Silvia, *Statistika Deskriptif* (Semarang: Penerbit Andi, 2020), 2.

- 2) “Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrument penelitian dikatakan invalid atau tidak sah”.<sup>28</sup>

### b. Uji Reabilitas (*Reability*)

Uji reabilitas adalah uji untuk dapat memahami data yang didapatkan bisa handal atau tangguh dalam melihat hasil pengukuran yang dipakai dan sifatnya terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (*measurement error*). Uji reabilitas bermanfaat untuk mengukur variabel yang dipakai dengan beragam pertanyaan yang digunakan. Uji ini dimanfaatkan melalui taraf atau tingkat signfiikansi yang dipakai dimana tingkatan ini biasanya menggunakan nilai 0,7, 0,6 dan 0,5 disesuaikan dengan yang peneliti butuhkan.

Kriteria pengujiannya yaitu:

- 1) “Jika nilai *Cronbach alpha*  $>$  tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliable”
- 2) “Jika nilai *Cronbach alpha*  $<$  tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliable”.<sup>29</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini memanfaatkan analisis parametrik, yaitu seperti analisis korelasi pearson, anova satu arah, uji beda dua rata-rata, dan lainnya, dengan diperlukannya uji normalitas ini untuk bisa melihat data tersebut apakah didapati distribusi normal ataupun distribusi tidak normal. Data normalitas ini adalah hal penting, sebab normalitas data merupakan syarat utama yang wajib dipenuhi didalam analisis parametrik, karena jika data yang didistribusi itu normal maka sudah dapat dianggap mewakili populasi.<sup>30</sup> Dasar pengambilan keputusan didalam uji normalitas adalah mempunyai nilai signifikansi diatas ( $\alpha = 0,05$ ) dan menandakan kenormalan distribusi dalam data. Namun ketika nilai signifikansinya dibawah ( $\alpha = 0,05$ )

---

<sup>28</sup> Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Bogor: Guepedia, 2021), 7-8.

<sup>29</sup> Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*, 17.

<sup>30</sup> Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Ofset, 2014), 51.

menandakan ketidaknormalan pendistribusi data, sehingga bisa dikatakan tidak signifikan dalam pengujianya.<sup>31</sup>

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk memahami korelasi pada variabel bebas dalam pengujian yang dilakukan. ketika korelasi yang didapatkan tinggi menandakan adanya gangguan dalam variabel terikat yang dimilikinya. Untuk melihatnya, terdapat berbagai cara yang bisa digunakan dalam melakukan uji multikolinearitas, sebagai berikut:

- 1) Bisa dilihat dari nilai toleransi yang ada pada model regresi dan nilai inflation faktor (VIF).
- 2) Melalui perbandingan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai-nilai determinasi secara bersama ( $R^2$ ).<sup>32</sup>

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermanfaat untuk memahami ketidakpastian varian dari semua observasi yang dijalankan dalam suatu model regresi. Apabila varian dari residual observasi memiliki kesamaan dengan observasi lainnya, maka bisa dikatakan dengan homoskedastisitas. Dan apabila tidak memiliki kesamaan maka bisa disebut dengan heteroskedastisitas.

Guna mengetahui apakah didalam varian residual ada dan tidak adanya heteroskedastisitas, bisa dilihat dengan cara melakukan penelitian menggunakan uji statistik *Rank Spearman*, guna untuk melihat ada dan tidak adanya heteroskedastisitas.<sup>33</sup>

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah didalam regresi linear terdapat korelasi, antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terdapat korelasi, maka dinamakan problem autokorelasi. Uji Durbin Watson dipergunakan untuk menguji autokorelasi tingkat satu dan membutuhkan adanya konstanta dalam model regresi, dan tidak adanya variabel lagi diantara variabel independen.

---

<sup>31</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (Sleman; Deepublish, 2019), 114-115.

<sup>32</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 69.

<sup>33</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, 122.

Untuk mengetahui ada dan tidaknya suatu autokorelasi bisa dilakukan dengan Uji Durbin Watson (DW test). Pengujian Durbin Watson ini dipergunakan supaya dapat mengetahui autokorelasi (*frist order autocorrection*) tingkat satu dan mensyaratkan adanya (*intercept*) didalam model regresi sehingga tidak ada variabel diantara variabel bebas. Cara pengambilan keputusan yang dapat dilakukan sebagai berikut,  $H_0$  : tidak terjadi autokorelasi nilai ( $r = 0$ ).  $H_a$  : terjadi autokorelasi nilai ( $r \neq 0$ ).<sup>34</sup> Pengujian dengan menggunakan Uji Durbin-Watson sering juga dipergunakan guna mengetahui uji autokorelasi. Namun secara umum biasa diambil patokan:

1. Angka D-W dibawah (-2) maka terjadi autokorelasi positif.
2. Angka D-W diantara (-2) sampai (+2) maka tidak terjadi autokorelasi.
3. Angka D-W diatas (+2) maka tidak terjadi autokorelasi atau bisa dikatakan negatif.<sup>35</sup>

## H. Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda, merupakan bagian dari pengujian regresi sederhana yang telah dikembangkan serta memiliki kegunaan meramal nilai dari variabel terikat, apabila mempunyai variabel bebas minimal dua ataupun lebih. Analisis regresi linier berganda merupakan alat analisis guna untuk meramalkan nilai-nilai dari variabel bebas yang mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Digunakan dalam memberi informasi apakah ada atau tidak fungsi hubungan ataupun akibat hubungan terhadap tiga variabel bebas atau lebih, terhadap variabel terikat.<sup>36</sup>

Rumus pada persamaan regresi linier berganda ialah sebagai berikut:

$$( Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e )$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian.

a = Konstanta.

$b_1$  = Koefisien regresi *celebrity endorse*.

$b_2$  = Koefisien regresi *brand image*.

---

<sup>34</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: UNDIP, 2011), 110-111.

<sup>35</sup> Timotius Febry dan Teofilus, *SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 71-72.

<sup>36</sup> Riduwan dan Akdon, *Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2006), 142

Ya  $b_3$ = Koefisien regresi daya tarik iklan.

$X_1$ = *celebrity endorse*.

$X_2$ = *brand image*.

$X_3$ = daya tarik iklan.

$e$  = Standar *error*.

## 2. Uji t (Parsial)

Uji t seringkali disebut sebagai uji parsial. Penggunaan pengujian t bertujuan guna mengetahui uji taraf signifikan berpengaruh secara parsial diantara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun syarat langkahnya, adalah:

### a. Hipotesis

Ho:  $b_i = 0$  pengertiannya, apakah variabel independen (variabel bebas) tidak menjadi penjelas terhadap variabel dependen (variabel terikat).

Ha:  $b_i \neq 0$  pengartinya, variabel independen (variabel bebas) berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat).

### b. Pengambilan keputusan

Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} > -t \text{ tabel}$  atau  $\text{sig} > 0.05$  (5%) maka Ho diterima.

Akan tetapi jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} \leq -t \text{ tabel}$  atau  $\text{sig} \leq 0.05$  (5%) maka Ho ditolak.

### c. Nilai t tabel ditentukan dari tingkat spesifikasi ( $\alpha$ ) = 0.05 dengan df ( $n-k-1$ ).

$n$  = jumlah data

$k$  = jumlah variabel independen.<sup>37</sup>

## 3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F ditujukan untuk memahami penjelasan paramter secara simutan, berarti besarnya pengaruh variabel independen terhadap dependen secara bersamaan.

Uji f atau simultan umumnya digunakan untuk melihat seluruh variabel independen (bebas) yang digunakan apakah berpengaruh secara stimulant pada variabel dependen (terikat). Hipotesis nol ( $H_0$ ) ini yang mau diuji apakah seluruh parameter di dalam model sama dengan nol, atau:  $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$ . Pengertiannya yaitu bagaimana seluruh variabel bebas ini tidak menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis alternatifnya ( $H_A$ ) ini bukan seluruh parameter secara stimulan sama dengan nol, atau :  $H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$ . Pengertiannya adalah seluruh variabel bebas secara stimulan

---

<sup>37</sup> Ali Hasan Zein, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Sleman: Deepublish, 2020), 1410

merupakan sebagai penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.<sup>38</sup>

#### 4. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat sejauh mana dapat mengukur dan menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (variabel terikat). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang kecil dapat memberitahukan kemampuan variabel bebas (independen) dapat menjelaskan variabel terikat (dependen) sangatlah terbatas. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang besar dan mendekati satu (1) dapat memberitahukan bahwasanya variabel independen menginformasikan secara masif sesuai dengan kebutuhan untuk memprediksi variabel dependen



---

<sup>38</sup> Ali Hasan Zein, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, 142-143.