

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Metode penelitian adalah bidang yang membahas, memusatkan beberapa strategi-strategi yang digunakan untuk menemukan, mengumpulkan, dan kemudian mengolah, menganalisis, meneliti informasi penelitian yang dilakukan secara sistematis sehingga menjadi objektif.⁷⁶ Strategi penelitian adalah pendekatan logis untuk memperoleh, mendapatkan informasi dengan tujuan tertentu.⁷⁷ Dalam penelitian ini yang dipandang lembaga adalah berupa studi secara langsung, aktual atau berwujud mengenai pengaruh faktor *Islamic Endorsement* dan *Brand Credibility* terhadap minat beli produk *Ms Glow* melalui media sosial. Objek penelitian ini adalah *Ms Glow skincare*. Penelitian ini memakai pendekatan penelitian kuantitatif, informasi yang didapat pada lapangan disusun menjadi angka-angka. Maka, pada saat itu, angka-angka tersebut ditangani dengan memakai teknik faktual buat menemukan hasil dengan informasi yang tepat.⁷⁸

B. Sumber data

Data yaitu bukti maupun kenyataan yang dikumpulkan serta diperkenalkan buat penjelasan tertentu.⁷⁹ Sumber informasi yang digunakan pada penelitian ini yakni data primer.

1. Data primer, yaitu informasi dikumpulkan oleh analis langsung dari sumber utama.⁸⁰ Informasi penting dalam pemeriksaan ini diperoleh pada tanggapan responden

⁷⁶ Kasiran, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif* (Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2008), 121

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet 23, 2016), 2

⁷⁸ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001), 1.

⁷⁹ Moh Pabundu Tika, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2006), 57.

⁸⁰ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), 131.

tentang angket (kuesioner) disebabkan peneliti. Responden yang menanggapi angket yakni semua konsumen produk *Ms Glow*.

2. Data sekunder, yaitu informasi yang diperoleh seseorang yang melaksanakan penelitian pada referensi yang ada. Informasi ini diperoleh pada perpustakaan maupun laporan penelitian terdahulu.⁸¹

C. Populasi dan sampel penelitian

1. Populasi

Populasi yakni daerah, tempat, wilayah, generalisasi pada objek ataupun subjek yang sudah ditentukan oleh peneliti yang mempunyai karakteristik serts kualitas tertentu buat dipelajari serta mencapai kesimpulan.⁸² Populasi suatu bentuk bulatan dari kelompok atau wilayah yang menjadi tujuan riset pada objek penelitian. Dilihat pada populasi umum, populasi bisa dipartisi sebagai populasi homogen (semua orang yang merupakan individu dan populasi memiliki kualitas yang cukup mirip antara satu sama lain dan populasinya heterogen) semua orang yang merupakan individu dari populasi memiliki atribut yang cukup singular dan karakteristik ini mengenali individu tunggal dari populasi satu sama lain.⁸³

2. Sampel

Sampel yakni jumlah karakteristik ataupun sebagian pada kualitas yang digerakkan pada populasi tersebut. Jika populasinya besar, dan memerlukan banyak waktu, dana, dan tenaga sehingga menimbulkan tidak kemungkinan mendalami segala yang ada atas populasi tersebut, lalu peneliti menemukan atau memakai sampel yang diambil pada populasi itu. Populasi yaitu hal yang diperoleh pada sampel, tersebut begitulah akhirnya. Oleh

⁸¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2004), 19.

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet 23, 2016), 80

⁸³ Juliansyah Noor, *Metodologi penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 147.

karena itu, sampel yang diambil pada wilayah atau populasi perlu benar-benar mewakili.⁸⁴ Total populasi pada riset ini tidak terhingga, maka penetapan nilai sampel dengan rumus:

$$N = \left[\frac{Z^2 \alpha 2}{4e^2} \right]$$

keterangan:

N : Jumlah sampel

Z : Nilai distribusi normal

e : Margin

Untuk hasil mengira-ngira sampel pada riset ini, maka sampel yang dibutuhkan apabila taraf harapan 95% dan kekeliruan yang potensial timbul 0,10.

Diketahui :

$\alpha = 0,05$ maka $Z_{0,05} = 1,96$

$e = 0,10$

Jawab :

$$N = \left[\frac{1,96}{4(0,10)^2} \right]$$

$$= 96,04$$

Jumlah sampel yang dilakukan riset ini adalah 96 responden penjawab.⁸⁵ Dalam riset ini, sampel yang dipakai peneliti adalah *sampling insidental* yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa aja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸⁶ Dengan kriteria responden dalam penelitian ini

⁸⁴ Sugiyono, *Statistika untuk penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 62

⁸⁵ Suliyanto, S.E,M.Si, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta :CV ANDI OFFSET (Penerbit Andi, 2009), hlm 103-104

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet 23, 2014), 124

yakni mengetahui merek dan produk *Ms Glow*, pengguna aktif media sosial, serta mengetahui endorsement yang dipakai oleh *Ms Glow*.

D. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian dapat diklasifikasi bahwa semua hal dalam struktur apa pun yang ditentukan pada peneliti buat dikonsentrasikan sehingga informasi diperoleh, dan setelah itu ditarik kesimpulan.⁸⁷

Secara teoretis, variabel bisa dicirikan menjadi properti individu maupun item, yang memiliki ”variasi” antara satu individu sama individu lainnya maupun artikel sama artikel lainnya. Variabel pula yakni kualitas pada bidang serta keinginan logis tertentu. Sesuai dengan jalinan antara satu variabel sama variabel lainnya, sangat baik bisa di partisipasi sebagai faktor-faktor yang berbeda pada penelitian:

1. Variabel independen, ataupun sering disebut variabel bebas, maupun dapat disinggung menjadi variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel ataupun variabel bebas yakni variabel yang memengaruhi maupun membuat variabel terikat (dependen) menjadi berubah.
2. Variabel dependen, dapat disebutkan pada bahasa Indonesia sebagai variabel terikat, variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat berada dalam dampak variabel bebas atau merupakan efek samping dari adanya variabel bebas.

Variabel independen (bebas) pada penelitian ini yakni pengaruh *Islamic Endorsement* (X1) dan *Brand Credibility* (X2), sedangkan variabel terikat (dependen) adalah minat beli (Y).

E. Operasional variabel

Pengertian operasional yakni pengertian yang didasarkan atau sifat-sifat yang bisa diamati sama membagikan makna memastikan suatu operasional yang dapat mengukur suatu variabel tersebut.

⁸⁷ Sugiyono, *Statistika untuk penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012),

Tabel. 3.1
Operasional variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Islamic Endorsement (X1)	Islamic Endorsement adalah periklanan yang sesuai dengan standar syariah dan teknik korespondensi periklanan yang menonjolkan tokoh-tokoh terkemuka, untuk membantu dan mendukung dalam produk yang ditawarkan melalui media online yang digunakan, endoser juga dapat digunakan sebagai	Jujur	suatu sikap yang lurus hati, menyatakan yang sebenar-benarnya tidak berbohong atau berkata hal-hal yang menyalahi apa yang terjadi (fakta).	Likert 1-5
		Berpengalaman	merujuk pada pengetahuan dan keterampilan tentang sesuatu yang diperoleh lewat keterlibatan atau berkaitan dengannya selama periode tertentu	
		Handal	dapat dipercaya dan memberikan hasil yang sama pada ujian atau percobaan yang berulang	
		Daya tarik	kemenarikan adalah kualitas yang menyebabkan minat, keinginan, atau tarikan pada seseorang atau sesuatu	
		Trampil	kepandaian melakukan sesuatu atau ahli dalam suatu bidang karena rajin dan keuletannya	

	alat yang cepat buat mewakili pangsa pasar yang diincar, dengan alasan sebab endoser yang diminati oleh produsen buat mengiklan kan produknya ialah pesan yang disampaikan oleh sumber yang menarik dan akan mendapat perhatian yang lebih besar disamping akan sangat		
--	--	--	--

	mudah diingat. ⁸⁸			
Brand Credibility (X2)	<i>Brand Credibility</i> yakni kepercayaan yang memuat informasi produk yang terkandung dalam sebuah brand memerlukan konsistensi dalam menyampaikan apa yang dijanjikan. Menurut Erdem dan Swait juga mengatakan bahwa <i>Brand Credibility</i> meningkatkan persepsi kualitas,	Kualitas	Tingkat kepuasan manusia terhadap sesuatu yang dibutuhkan, diharapkan, atau diinginkan di dalam kehidupan.	Likert 1-5
		Kepercayaan	Sejauh mana elemen dipandang sebagai sumber data yang adil atau dapat diandalkan.	
		Merek	Tanda yang dikenalkan oleh pengusaha pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal dan mempunyai ciri khas tersendiri di setiap merek.	
		Keahlian	Sejauh mana zat tersebut memiliki informasi dan kemampuan hebat	
		Daya tarik	Seberapa besar suatu elemen dihargai oleh kualitas karakter (perilaku, ambisi, dll)	

⁸⁸Said Luthfi Alatas Dan Mirza Tabrani, Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Credibility, *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, Vol.9.No.1, Februari 2018, 93

	mengurangi risiko yang dirasakan, menurunkan biaya informasi, dan demikian biar meningkatkan utilitas yang diharapkan konsumen dengan niat pembelian pada suatu barang. ⁸⁹			
Minat beli (Y)	Minat beli yakni periode keinginan responden bakal berbuat sebelum pilihan beli benar-benar dilaksanakan	Minat willingness	Bagian untuk komponen yang mempengaruhi sikap mengonsumsi seseorang pelanggan yang mau membeli sebuah produk.	Likert 1-5
		Minat referensial	Khususnya secara umum seseorang menyebutkan barang telah dibeli, sehingga orang lain juga akan mendapatkannya, mengenai pengalaman	

⁸⁹ Aekram Faisal, Pengaruh Brand Credibility Terhadap Information Efficiency Dan Risk Reduction, Serta Dampaknya Atas Repurchase Intention, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol.8.No.1 Tahun 2015, 3

<p>an. Ada variasi antara asumsi pembelian yang sebenarnya dan pembelian kembali. Jika pembelian asli yakni pembelian asli yang dilakukan oleh pembeli, bahwa pada saat itu minat beli yakni tujuan buat membeli kembali di kesempatan yang akan datang...⁹⁰</p>		penggunaannya
	Minat eksploratif	Minat ini mengilustrasikan sifat seseorang yang terusmenerus menggali data barang yang diminati dan mencari data buat membantu atribut positif pada barang yang dibeli
	Minat transaksional	Untuk lebih umumnya seseorang akan secara konsisten membeli barang yang sudah dimakan atau digunakan.
	Minat preferensial	Menjadi minat yang mengilustrasikan sifat seseorang yang secara mempunyai kecenderungan penting untuk barang-barang yang telah dimakan. Kecenderungan ini harus diubah jika terjadi sesuatu akibat dari kecenderungannya.

F. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data yakni langkah yang sistematis serta standar buat mencapai informasi yang diperlukan. Ada ikatan yang konsisten antara strategi maupun metode pengumpulan

⁹⁰ Basrah Saidani dan Samsul Arifin, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol.3, No. 1, 2012, 7

informasi sama masalah penelitian, tujuan, serta spekulasi.⁹¹ Ketiga komponen di atas sangat berpengaruh pada teknik pemilihan informasi. Banyak masalah, misalnya, tidak dapat diatasi karena strategi pengumpulan informasi yang digunakan tidak sesuai. Selain itu, instrumen penelitian yang telah disusun dapat dimanfaatkan untuk mengumpulkan informasi di lapangan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Observasi yakni suatu cara serta metode pemungutan informasi sama cara penglihatan pancaindra secara sistematis, bisa juga dengan bertemu langsung dengan individu yang akan dilibatkan dalam penelitian fenomena yang ada pada suatu objek penelitian. Penelitian ini merupakan tindakan pengumpulan data dengan melihat secara langsung konsumen *Ms Glow*.⁹²

2. Angket (kuesioner)

Angket (kuesioner) yakni upaya menyatukan data sama menyajikan rangkaian pertanyaan yang ditulis mengenai suatu masalah atau objek yang akan diteliti untuk dijawab dan ditulis oleh responden.⁹³ Pertanyaan identitas serta pernyataan variabel pada kuesioner tersebut masuk untuk skala likert skor 1-5 sama kriteria sebagai berikut:

Sangat setuju	SS	Bernilai 5
Setuju	S	Bernilai 4
Netral	N	Bernilai 3
Tidak setuju	TS	Bernilai 2
Sangat tidak setuju	STS	Bernilai 1

3. Dokumentasi

Dokumentasi yakni gambaran peristiwa yang sudah dilalui. Dokumentasi dapat berupa gambar, catatan

⁹¹Marzuki, Metodologi Riset, *Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial*, 58

⁹²Drs. H.Moh Pandu Tika M.M, *Metodologi Riset Bisnis*, 58

⁹³Drs. Cholid Narbuko dan Drs H.Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT.Bumi.Aksara), 76

ataupun karya monumental seseorang. Dokumentasi melalui penulisan seperti jurnal, kronik kehidupan, akun bisnis (narasi kehidupan), sejarah, aturan, dan pendekatan. Dokumentasi sebagai gambar, misalnya foto, gambar hidup, misalnya karya agung, dapat berupa gambar, film, dan lain-lain.⁹⁴

G. Teknik analisis data

1. Uji validitas dan reliabilitas instrumen

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan buat mengukur keabsahan suatu polling kuesioner. Suatu kuesioner dianggap penting bila pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang sedang diperkirakan. Untuk mengukur validitas, cenderung akan diselesaikan dengan membuat hubungan antara skor hal-hal penelitian dan skor lengkap pengembangan atau variabel.⁹⁵

Kemudian, nilai r hitung ditentukan sama nilai r tabel sama tingkat peluang ($n-2$). Apabila skor item pertanyaan berkorelasi signifikan dengan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel pada alfa tertentu (misalnya 5% atau 1%). Maka bisa ditanyakan dengan alat ukur tersebut valid. Uji validitas buat mencari nilai korelasi yakni teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Di mana :

r = koefisien korelasi

X = skor item

Y = skor total item

N = jumlah sampel (responden).⁹⁶

⁹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet 23, 2016), 422

⁹⁵Masruki, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pres, 2009), 175

⁹⁶Anwar sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba empat, 2014). 77

Hasil penelitian adalah sah jika ada kesamaan antara informasi yang dikumpulkan dan informasi yang benar-benar terjadi dalam objek yang diteliti. Sebuah instrumen yang sah bahwa instrumen tersebut bisa digunakan buat mengukur apa yang perlu diperkirakan.⁹⁷

b. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas nyatanya yakni perangkat buat mengukur kuesioner yang yakni indikator dari variabel ataupun konstruk. Suatu kuesioner seharusnya dapat diandalkan, bila respons individu tentang suatu pernyataan dapat diandalkan atau stabil sesekali. Evaluasi reliabilitas bisa dikerjakan dengan teknik *Cronbach Alpha* yaitu dipakai untuk memutuskan mengapa suatu instrumen penelitian reliabel maupun tidak. Kriteria suatu instrumen riset dikatakan reliabel sama memerlukan teknik ini, bila koefisien reliabilitas $(r_{11}) > 0,6$.⁹⁸

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_1^2} \right]$$

Di mana :

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Banyak item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian skor semua item

V_1^2 = Varian total

Untuk melakukan uji reliabilitas yang tak tergoyahkan, program SPSS memakai uji statistik *Cronbach Alpha*. Mengenai model maka instrumen ini seharusnya dapat reliabel, jika nilainya diperoleh dalam siklus uji dengan *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Kemudian lagi, bila kecerobohan *Cronbach Alpha*

⁹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet 23, 2016), 172

⁹⁸Siregar dan Syofian *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan-perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta :Bumi Aksara, 2014),90

ditemukan, angka koefisiennya lebih kecil ($<0,60$) dianggap tidak reliabel.⁹⁹

2. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik yakni pengujian dari variabel penelitian sama modal regresi. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik:

a. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas berarti menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang bagus seharusnya bukan memiliki hubungan antara variabel independen. Bila variabel bebas samasama berhubungan, variabel tersebut bukan membuat variabel ortogonal. Variabel ortogonal yakni variabel bebas yang berhubungan nilai korelasi antar variabel bebas yaitu nol. Buat mengetahui ada tidaknya multikolinieritas pada model regresi, secara umum akan dilihat pada nilai R^2 , matrik korelasi variabel-variabel bebas, nilai *Tolerance* serta lawannya, dan *Variance Inflation Factor* (VIF).¹⁰⁰

Multikolinieritas terjadi ketika ada kaitan lurus antara variabel independen yang terlibat pada model. Buat mengenali ada maupun tidaknya multikolinieritas yakni nilai *Tolerance* serta *Variance Inflation Factor* (VIF), kedua ukuran ini membuktikan variabel independen mana yang diklarifikasi pada variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* rendah setara sama nilai VIF tinggi. Nilai yang bisa digunakan yakni nilai *Tolerance* $> 0,10$ ataupun setara sama VIF < 10 .¹⁰¹

b. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bermaksud untuk menguji apakah pada model regresi linier terdapat sebuah korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t sama

⁹⁹Masruki, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pres, 2009), 171

¹⁰⁰Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* 180.

¹⁰¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 92.

kesalahan di periode $t-1$ (sebelumnya). Bila terjadi korelasi, maka dinamakan masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul sebab observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul sebab residual (kesalahan pengganggu) bukan bebas pada satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini kerap ditemukan dari informasi runtut waktu (*time series*) sebab “gangguan” dari seorang pribadi maupun kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” dari pribadi atau kelompok serupa dalam jangka waktu berikutnya. Model regresi yang mungkin yakni model regresi yang dibebaskan pada autokorelasi. Pada penelitian ini, autokorelasi memanfaatkan uji *Durbin Watson* (DW tes) yang memanfaatkan titik kritis, yakni batas bawah (dl) serta batas atas (du). Uji *Durbin Watson* cuma digunakan buat autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) serta membutuhkan tangkapan (konstanta) pada model regresi, dan bukan ada variabel diantara variabel bebas. Model dinamis untuk ada atau tidak adanya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Bila nilai DW terletak diantara batas *upper bound* (du) serta ($4-du$), dan pada titik tersebut koefisien autokorelasi sama dengan nol, yang berarti bukan autokorelasi.
- 2) Bila nilai DW lebih kecil dari batas atas atau bawah *lower bound* (dl), dan pada saat itu koefisien autokorelasi makin menonjol daripada nol, hal ini menunjukkan bahwa terdapat autokorelasi positif.
- 3) Bila nilai DW lebih besar dari ($4-dl$), dan koefisien autokorelasinya bukan apa-apanya, berarti ada autokorelasi negatif.
- 4) Bila nilai DW antara batas atas (du) serta batas bawah (dl) ataupun DW antara ($4-du$) dan ($4-dl$), maka pada saat itu maka hasilnya dapat tidak selesai.¹⁰²

¹⁰²Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pres, 2009), 183-184.

c. Uji normalitas

Uji normalitas buat melihat apakah pada model regresi, nilai sisa ataupun residual yang dirasakan pada regresi disebarluaskan secara normal maupun bukan. Idealnya model regresi yakni jika nilai residual berdistribusi secara normal. Metode uji normalitas diselesaikan sama mempertimbangkan penyampaian data (titik) dari grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*.

Sama menggunakan strategi grafik, perhatikan penyebaran informasi tentang sumber diagonal dari *P-P Plot of regression standardized*. Pengambilan keputusan adalah apabila titik-titik menyebar di sekitar jalan serta mengikuti garis diagonal bahwa taraf residual tersebut normal.¹⁰³

d. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berniat untuk mengetes apakah model regresi memiliki ketidaksamaan *Variance* pada residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Bila *Variance* pada residual satu pengamatan ke pengamatan lain, disebut homoskedastisitas, serta bila berbeda disebut heteroskedastisitas. Bisa membedakan ada tidaknya heteroskedastisitas secara umum akan dilihat dari grafik *scatterplot*. Model regresi yang bagus yakni model yang bukan terjadi. Sedangkan aturan pengambilan keputusan buat uji heteroskedastisitas yaitu:

- 1) Bila pada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola spesifik yang teratur (bergelombang, melebar lalu menyempit), menunjukkan sudah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Bila bukan ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas serta dibawah angka 0 dari sumbu Y, dan bukan terjadi heteroskedastisitas.

¹⁰³ Priyanti, Duwi Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20, (Yogyakarta;andi offset, 2012, 144.

3. Hasil analisis statistik

a. Analisis regresi linier berganda

Untuk menjabarkan data hasil observasi pengaruh variabel bebas (*Islamic Endorsement* dan *Brand Credibility*) terhadap variabel terikat (minat beli) digunakan analisis statistik, yakni analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier yakni suatu analisis yang digunakan buat memperkirakan besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel terikat sama memerlukan variabel bebas.¹⁰⁴ Model regresi linear berganda bisa diperoleh sama perhitungan yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana :

Y : minat beli

a : konstanta

b1 : koefisien regresi variabel *Islamic Endorsement*

b2 : koefisien regresi variabel *Brand Credibility*

X1 : faktor *Islamic Endorsement*

X2 : faktor *Brand Credibility*

e : Standar error¹⁰⁵

b. Uji signifikan parameter individual (uji statistik t)

Uji signifikan parameter parsial berniat buat memahami seberapa jauh dampak dari satu variabel independen secara individual pada memperjelas variasi variabel independen. Uji signifikan parameter individual diselesaikan sama uji statistik t. Kesimpulan yang diambil sama melihat signifikan sama kriteria pengujian

1) Tingkat signifikan $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima

2) Tingkat signifikan $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak.¹⁰⁶

c. Uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji f)

Pengujian ini dilaksanakan sama mencocokkan nilai F hitung sama F tabel berdasarkan beberapa

¹⁰⁴Priyanto, *Duwi Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (yogyakarta: Andi Offset.2012),127

¹⁰⁵Sugiyono,*Statistik Untuk Penelitian*,(Bandung,CV ALFABETA, 2005), 251

¹⁰⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 98-99.

determinasi/ketetapan uji ini dipakai buat memahami apakah variabel bebas (X_1 dan X_2) secara simultan berpengaruh signifikan dengan nilai variabel terikat (Y) berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
 - 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak¹⁰⁷
- d. Koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) atas dasarnya memperkirakan seberapa jauh kapasitas model untuk menjelaskan keragaman variabel dependen atau terikat. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menyiratkan bahwa kapasitas variabel-variabel independen pada mengklasifikasi variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai mendekati satu variabel-variabel independen membagikan data secara keseluruhan yang disesuaikan pada membuat variasi variabel dependen.¹⁰⁸

Pada penelitian ini kekurangan mendasar pengguna koefisien determinasi yaitu biasanya pada jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model, selanjutnya dalam penelitian ini memakai *adjusted* R^2 . Setiap diberi tambahan variabel bebas, jadi koefisiensi determinasi R^2 bakal meningkat, terlepas dari apakah variabel tersebut berdampak signifikan tentang variabel terikat ataupun tidak. Sehingga para penelitian merekomendasikan penggunaan nilai *adjusted* R^2 dari saat mensurvei tipe regresi mana yang terbagus. Sama sekali bukan seperti koefisien determinasi R^2 , nilai *adjusted* bisa naik bisa turun jika satu variabel bebas ditambahkan ke model.¹⁰⁹

¹⁰⁷Priyanto, Duwi *Paham analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010) hlm. 137

¹⁰⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 97.

¹⁰⁹Riyanto, Slamet dkk. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 141