

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan kuantitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukurannya).¹ Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mendapatkan sebuah fakta atau kebenaran serta menguji teori-teori yang muncul atas munculnya suatu fenomena atau masalah. Menggunakan pendekatan kuantitatif karena data diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan analisis statistik guna menunjukkan pengaruh merek, gaya hidup, dan selebriti pendukung terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Tulungagung.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dua variabel atau lebih.² Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga variabel bebas terhadap satu variabel terikat yaitu merek, gaya hidup, dan selebriti pendukung sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

¹ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep Dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 19

² *ibid.*, hal. 14

B. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah sekumpulan kasus yang perlu memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Kasus-kasus tersebut dapat berupa orang, barang, binatang, hal atau peristiwa.³ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek maupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang menggunakan produk kosmetik wardah.

Jika data diambil dari populasi, maka akan memerlukan dana dan waktu yang cukup banyak sehingga dalam penelitian hal ini terlalu mahal. Alternatif agar data yang diperoleh mampu mewakili data yang ada pada populasi, maka dalam penelitian sering dilakukan pemilihan responden atau sumber data yang tidak begitu banyak dari populasi, tetapi cukup mewakili. Proses tersebut dinamakan teknik penyampelan atau teknik sampling.⁴

2. Sampel Penelitian

Begitu banyaknya populasi dalam penelitian ini, untuk mempermudah pengumpulan data perlu dilakukan pengambilan sampel penelitian. Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang

³ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 53

⁴ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hal. 138

dipilih dari populasi.⁵ Dalam penelitian ini respondennya adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung pengguna kosmetik wardah. Dalam penelitian ini, peneliti berpedoman pada pendapat Solvin yang memberikan saran tentang menghitung jumlah sampel dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan

persentase kelonggaran ketidaktertarikan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan. Dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10 %.

Tabel 3.1
Populasi Mahasiswi yang Menggunakan Produk Wardah

No.	Jurusan	Jumlah
1.	Ekonomi Syariah	442
2.	Perbankan Syariah	426
3.	Akuntansi Syariah	288
4.	Manajemen Zakat Wakaf	36
5.	Manajemen Keuangan Syariah	23
6.	Manajemen Bisnis Syariah	33
Total		1.248

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

⁵ Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2000), hal. 26

Maka jumlah sampelnya yaitu

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.248}{1 + 1.248(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.248}{13,48}$$

$$n = 92,58$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dengan jumlah populasi 1.248 mahasiswi maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 92,58 namun karena subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 93 responden.

3. Teknik Sampling Penelitian

Agar hasil penelitian yang dilakukan terhadap sampel bisa dipercaya dan bisa mewakili karakteristik populasi, maka cara penarikan sampelnya harus dilakukan secara seksama. Cara pemilihan sampel ini biasa dikenal dengan teknik sampling atau teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan didasarkan pada pertimbangan tertentu.⁶ Pertimbangan yang dimaksud yaitu sesuai kriteria yang sudah di tentukan peneliti. Kriteria tersebut antara lain:

- a. Mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- b. Pengguna produk kosmetik merek wardah.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 124

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber data

Sumber data yang digunakan penulis yaitu ada dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan cara mencari data secara langsung dari sumbernya. Sumber data ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung pengguna kosmetik wardah. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh baik berupa keterangan maupun literatur atau sumber yang sudah ada yang sifatnya untuk melengkapi dari data primer. Sumber data ini diperoleh dari buku, jurnal, dan juga dari penelitian terdahulu.

2. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu:

a. Variabel Independen.

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen. Variabel independen disebut juga variabel bebas.

1) Merek (X_1), yaitu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran perorangan dan organisasi. Adapun indikator untuk mengukur merek

yaitu *Brand awareness, brand loyalty, perceived quality, strong association*, legalisasi, dan konsistensi merek.

- 2) Gaya Hidup (X_2), yaitu pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat (opini) yang bersangkutan. Adapun indikator untuk mengukur gaya hidup yaitu aktivitas, minat, dan opini.
- 3) Selebriti Pendukung (X_3), yaitu individu yang terkenal oleh publik atas prestasinya selain daripada produk yang didukungnya. Adapun indikator untuk mengukur selebriti pendukung yaitu *visibility, credibility, attraction*, dan *power*.

b. Variabel Dependen.

Variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat. Variabel ini disebut juga variabel terikat.

- 1) Keputusan Pembelian (Y), yaitu suatu keputusan seseorang ketika memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Adapun indikator untuk mengukur keputusan pembelian yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian, dan juga sebagai acuan atau pedoman untuk menentukan alat ukur demi

memperoleh hasil data kuantitatif.⁷ Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukurang jenis skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena sosial.⁸ Pemberian skor skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Jawaban ssetuju (S) diberi skor 4
- c. Jawaban netral (N) diberi skor 3
- d. Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam suatu penelitian. Data dikumpulkan kemudian digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang dirumuskan.⁹ Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner (angket).

Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau

⁷ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 109

⁸ *ibid.*, hal. 114

⁹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 17

tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.¹⁰ Tujuan penggunaan kuesioner ini yaitu supaya bisa memperoleh informasi yang relevan dan memperoleh informasi mengenai suatu masalah secara serentak. Pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket ada tiga macam yaitu angket terbuka, angket tertutup, dan kombinasi angket terbuka dan tertutup. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis kuesioner atau angket tertutup supaya lebih mudah untuk ditabulasikan. Angket tertutup memberikan pertanyaan dengan alternatif jawaban yang sudah disiapkan, dan responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan tersebut.¹¹

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang dipakai untuk mengukur fenomena alam ataupun sosial yang diamati. Secara spesifik, semua fenomena tersebut disebut dengan variabel penelitian.

¹⁰ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 67

¹¹ Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1999), hal. 98

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Merek (X ₁)	<i>Brand awareness</i>	Merek wardah mudah diingat
		<i>Brand loyalty</i>	Saya akan selalu membeli kosmetik merek wardah meskipun ada merek pesaing
		<i>Perceived quality</i>	Kosmetik merek wardah mempunyai kualitas yang bagus
		<i>Strong association</i>	Produk kosmetik wardah sesuai dengan gaya hidup dan trend masa kini
		Konsistensi merek	Produk kosmetik wardah selalu mempertahankan kualitas dan mutunya
		Legalisasi	Produk kosmetik wardah adalah produk kosmetik yang terjamin kehalalannya
2.	Gaya Hidup (X ₂)	Aktivitas	Saya menggunakan produk kosmetik wardah dalam aktivitas sehari-sehari
		Minat	Saya tertarik dengan produk kosmetik wardah karena produknya berkualitas dan aman untuk digunakan
			Saya menyukai produk kosmetik wardah yang ditawarkan oleh PT. Paragon Technology.
		Opini	Produk kosmetik wardah bisa menunjang dan meningkatkan kepercayaan diri saya
3.	Selebriti Pendukung (X ₃)	<i>Visibility</i>	Raline shah sebagai selebriti pendukung kosmetik wardah mempunyai popularitas yang tinggi
		<i>Credibility</i>	Raline shah adalah sosok yang mempunyai pengetahuan terhadap produk yang diiklankannya
		<i>Attraction</i>	Raline shah membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian produk tersebut
			Dalam iklan produk wardah, Raline shah memiliki kemampuan untuk memberikan keyakinan bahwa produk yang diiklankan merupakan produk yang baik.
		<i>Power</i>	Raline shah sebagai selebriti pendukung produkwardah membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian produk tersebut.
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan	Saya membeli produk kosmetik wardah karena kebutuhan untuk mempercantik diri
		Pencarian informasi	Saya mencari informasi dari berbagai sumber dan orang lain tentang produk kosmetik wardah
		Evaluasi alternatif	Sebelum melakukan pembelian, terlebih dahulu saya mengevaluasi berbagai pilihan dari merek kosmetik lain
		Keputusan pembelian	Saya merasa yakin ketika membeli produk kosmetik wardah
		Perilaku pasca pembelian	Saya merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang produk kosmetik wardah

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan usaha atau upaya data data yang tersedia yang selanjutnya diolah dengan bantuan instrumen statistik dalam menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian. Oleh karena itu, teknik analisis data adalah cara melaksanakan analisis terhadap data, bertujuan mengolah data yang tersedia untuk menjawab rumusan masalah.¹² Setelah data penelitian berupa jawaban responden dari angket atau kuesioner yang telah dibagikan, maka selanjutnya dilakukan analisis data sebagai berikut:

1. Pengukuran variabel

Pengukuran terhadap variabel dalam penelitian adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket yang dibagikan kepada responden berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat. Responden hanya memilih salah satu dari jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Beberapa prosedur pengukuran data variabel yaitu:

a. Editing

Merupakan kegiatan memeriksa data yang dilaksanakan setelah penghimpunan data di lapangan. Kegiatan ini penting untuk mengetahui apakah data tersebut sudah sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti atau belum.

b. Coding

Memberikan kode agar mudah untuk memeriksa jawaban. Kode dalam penelitian ini yaitu:

¹² Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 100

- 1) Data tentang merek (X_1)
- 2) Data tentang gaya hidup (X_2)
- 3) Data tentang selebriti pendukung (X_3)
- 4) Data tentang keputusan pembelian (Y)

c. Scoring

Merupakan kegiatan memberikan angka dan data yang dikuantifikasikan dan menghitungnya untuk setiap jawaban responden. Pemberian skor dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Skor 5 untuk jawaban angket SS
- 2) Skor 4 untuk jawaban angket S
- 3) Skor 3 untuk jawaban angket N
- 4) Skor 2 untuk jawaban angket TS
- 5) Skor 1 untuk jawaban angket STS

2. Uji validitas dan reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu data yang telah didapatkan benar-benar data yang valid atau tepat. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.¹³ Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation*, *pearson correlation*) antara

¹³ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 75

skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*.

Data dikatakan valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sedangkan ketika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa data dinyatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

R_{xy} : koefisien korelasi variabel x dan y

N : banyaknya subjek uji coba

$\sum Y$: jumlah skor total

$\sum X$: jumlah skor tiap item

$\sum X^2$: jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: jumlah kuadrat skor total

$\sum XY^2$: jumlah perkalian skor item dengan skor total

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data yang benar-benar dapat dipercaya dan sesuai dengan keadaan dilapangan. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran memberikan hasil yang konsisten.¹⁴ Adapun rumus yang dapat digunakan yaitu:

¹⁴ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hal. 87

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{St} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : nilai variabel

S_i : varians skor tiap-tiap item

St : varians total

K : jumlah item

SPSS sebagai salah satu aplikasi yang dapat membantu mengolah data statistik untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α), variabel yang reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Triton menyatakan jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan reng yang sama maka:

- 1) Nilai alpha cronbach 0,00 sampai 0,20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha cronbach 0,21 sampai 0,40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha cronbach 0,41 sampai 0,60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha cronbach 0,61 sampai 0,80 berarti reliabel
- 5) Nilai alpha cronbach 0,81 sampai 1,00 berarti sangat reliabel

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini penting karena untuk mengetahui pengujian statistik selanjutnya yang tepat untuk digunakan. Ketika data berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik parametrik, sedangkan ketika data berdistribusi tidak normal maka menggunakan uji

statistik nonparametrik. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variable dengan mangasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid dan statistic parametric tidak dapat digunakan.¹⁵ Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Disini data dikatakan normal ketika nilai sig lebih besar dari alpha.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji atau membuktikan ada atau tidaknya hubungan yang kuat antara variabel satu dengan variabel lainnya. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Uji ini bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas atau variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal.¹⁶ Ketika nilai VIF tidak lebih dari 10 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan (konstan) varians residual dari pengamatan ke pengamatan lain.¹⁷ Bertujuan untuk menguji apakah

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed. 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hal. 110

¹⁶ *ibid.*, hal. 110

¹⁷ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hal. 203

dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang heteroskedastisitas. atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat *Scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut ini:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik yang akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui ketergantungan dari variabel dependen atau variabel terikat dengan variabel independen atau variabel penjelas guna untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel. Setelah data penelitian berupa jawaban responden yang dibagikan selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (keputusan pembelian)

a = konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien korelasi ganda

X_1	= variabel indeoenden (merek)
X_2	= variabel independen (gaya hidup)
X_3	= variabel independen (selebriti pendukung)
e	= <i>error of term</i>

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian sebagai suatu taksiran keadaan populasi melalui data sampel.¹⁸ Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji statistik.

a. Uji t.

Uji t adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan yang meyakinkan dari dua *mean* sampel. Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Apabila t_{hitung} masing-masing variabel bebas lebih besar dari t_{tabel} maka variabel bebas tersebut secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut ini prosedurnya:

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 20015), hal.56

H_0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusannya yaitu

1) Jika signifikan nilai $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H_0 dan tolak H_1 .

2) Jika signifikan $t < 0,05$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H_1 dan tolak H_0 .

b. Uji F.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen ketika dimasukkan dengan variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : Artinya secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Artinya secara simultan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun dasar keputusannya sebagai berikut:

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%

H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.¹⁹ Koefisien determinasi (R^2) dari perhitungan hasil regresi linear berganda menunjukkan seberapa variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Analisis untuk mengetahui seberapa besar berpengaruhnya variabel independen (merek, gaya hidup, dan selebriti pendukung) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) yang kemudian dinyatakan dengan R^2 .

Sedangkan r^2 untuk menyatakan koefisien determinasi parsial antara variabel independen (merek, gaya hidup, dan selebriti pendukung) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0, maka semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Artinya semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel independen. Rumus uji koefisiensi determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

¹⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hal. 83-85

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrumen sampai dengan analisis uji koefisien determinasi maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan aplikasi SPSS 16.0.