

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).¹ Pendapat lain mengatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya.²

Menurut Tanzeh pada bukunya pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.³

¹Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 11

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 12

³Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras), hal. 99

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel bebas yaitu pelabelan halal, citra merek dan selebriti pendukung sebagai variabel yang akan diuji, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang muncul pada variabel terikat yaitu keputusan pembelian produk Wardah.

2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (Kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini ialah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif.

Dan dalam penelitian ini, variabel yang digunakan yaitu variabel independen berupa pelabelan halal, citra merek dan selebriti pendukung. Sedangkan variabel dependennya yaitu keputusan pembelian produk Wardah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu

penelitian.⁴ Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung yang menjadi pengguna produk kosmetik Wardah.

2. Sampling

Menurut Sugiyono dalam bukunya, teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam teknik sampling ada dua macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁶

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan

⁴Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: UPFE-UMY, 2005), hal. 97

⁵Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 99

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal.

sampel dengan pertimbangan tertentu.⁷ Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Merupakan Mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.
- b. Pengguna atau pernah menggunakan produk kosmetik Wardah.
- c. Telah melakukan pembelian produk kosmetik Wardah lebih dari satu kali.

Sementara untuk jumlah anggota sampel menurut Roscoe dalam Sugiyono, untuk penelitian dengan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya) jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.⁸ Dalam penelitian ini jumlah variabel penelitiannya ada 4 (independen + dependen), maka perhitungan jumlah anggota sampelnya adalah $4 \times 10 = 40$. Jadi sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden. Namun atas dasar pertimbangan peneliti dan agar sampel yang digunakan lebih representatif maka peneliti menetapkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.

3. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi.⁹ Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari keseluruhan subyek atau obyek

⁷Ibid., hal. 126

⁸Ibid., hal. 133

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hal. 73

penelitian yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan (*representativeness*) sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian. Berdasarkan sampling yang telah dilakukan peneliti sebagaimana di atas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak yang telah ditentukan dalam sampling (responden) sebanyak 60 orang dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagaimana di atas.

C. Sumber data, variabel, dan skala pengukuran

1. Sumber Data

Arikunto dalam Purwanto menjelaskan bahwa data adalah hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta maupun angka. Pendapat lain menyatakan bahwa data adalah keterangan mengenai variabel pada sejumlah obyek. Data menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu. Menurut cara pengumpulannya, data dapat dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder.¹⁰

- a. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan sendiri secara langsung. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan atau kuisisioner secara online kepada mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

¹⁰*Ibid*, hal.45

- b. Data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain. Dalam penelitian ini sumber data skunder diperoleh dari sejumlah buku-buku, brosur, website, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Variabel

Menurut Hatch dan Farhady dalam bukunya Sugiyono, menyatakan bahwa variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.¹¹ Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai orang, obyek ataupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

a. Variabel Bebas (Independen)

- 1) Pelabelan halal (X_1), yaitu kemampuan suatu produk dalam memberikan pengukuhan atas produknya yang telah teruji klinis dan sitematika di bawah naungan MUI. Indikator dari pelabelan halal adalah gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan serta menempel pada kemasan.
- 2) Citra merek(X_2), yaitu sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dibenak konsumen. Indikator untuk mengukur citra merek adalah citra pembuat, citra produk dan citra pemakai.

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 38

- 3) Selebriti pendukung (X_3), yaitu seseorang yang terkenal yang dijadikan ikon merek sebuah produk. Adapun indikator untuk mengukur selebriti pendukung adalah *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power*.

b. Variabel Terikat (Dependen)

- 1) Keputusan Pembelian (Y), adalah sebuah keputusan yang dibuat oleh seorang konsumen ketika memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Adapun indikator untuk mengukur keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan tingkah laku pasca pembelian.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.¹²

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.¹³ Untuk pemberian skor skala Likert adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Pemberian Skor pada Angket

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hal. 105

¹³ *Ibid.*, hal.107

No.	Pilihan Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Rata-rata/ Netral (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket (kuisiner) yang akan dilakukan secara online melalui *Google Form*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket untuk mencari data langsung dari mahasiswi yang diambil sebagai sampel. Peneliti menggunakan kuisiner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan, yang disusun dalam sebuah daftar dimana responden tinggal membubuhkan tanda *chek* (✓) pada kolom yang sesuai.

2. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam.¹⁴Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya

¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*,hal. 139.

lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket yang dilakukan secara online melalui *Google Form*. Berikut merupakan instrumen penelitian yang dibuat oleh penulis:

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Pertanyaan
1.	Pelabelan Halal (X1) (Utami, 2013)	Gambar	a. Mengetahui maksud gambar halal pada kemasan
		Tulisan	a. Tulisan “halal” pada kemasan terbaca dengan jelas
		Kombinasi gambar dan tulisan	a. Mengetahui bagaimana tampilan pelabelan halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI b. Pelabelan halal menjadi perhatian penting sebelum melakukan pembelian produk
		Menempel pada kemasan	a. Mengetahui dengan jelas letak pelabelan halal pada produk kemasan b. Pelabelan halal menjadi pertimbangan sebelum menentukan keputusan pembelian produk
2.	Citra Merek (X2) (Sutisna, 2001)	Citra Pembuat	a. Produk Wardah dibuat oleh perusahaan yang memiliki reputasi baik b. Jaringan pendistribusian produk Wardah sangat luas
		Citra Produk	a. Merek dari Wardah dikenal oleh banyak orang b. Merek Wardah memiliki beberapa varian dan pilihan pada produknya c. Merek Wardah memiliki ciri khas pada produknya

		Citra Pemakai	a. Produk Wardah memberikan kesan yang positif pada pengguna atau pemakainya
3.	Selebriti Pendukung (X3) (Royan, 2004)	<i>Visibility</i> (visibilitas)	a. Dewi Sandra, Inneke Koesherawati, Raline Shah, Zaskia Sungkar, Mira Miranda, Tajhana Saphira, Dian Pelangi dan Nathasa Rizky sebagai selebriti pendukung produk Wardah memiliki popularitas yang tinggi
		<i>Credibility</i> (kredibilitas)	a. Para selebriti yang menjadi selebriti pendukung adalah orang yang mempunyai pengetahuan tentang produk yang diiklankan b. Dalam iklan, para selebriti pendukung mampu menyampaikan pesan dengan konsisten sesuai dengan kenyataan
		<i>Attraction</i> (daya tarik)	a. Para selebriti yang dijadikan selebriti pendukung memiliki daya tarik secara fisik b. Daya tarik dari beberapa selebriti pendukung produk Wardah membuat saya melakukan pembelian produk
		<i>Power</i> (kekuatan)	a. Di dalam iklan, para selebriti pendukung memiliki kemampuan untuk memberikan rasa yakin bahwa produk yang diiklankan merupakan produk yang baik
4.	Keputusan Pembelian (Y) (Kotler, 2001)	Pengenalan Masalah	a. Produk Wardah menyediakan kebutuhan untuk kosmetik atau perawatan wajah
		Pencarian Informasi	a. Memperoleh informasi tentang produk Wardah melalui iklan, media sosial, teman dan keluarga b. Mencari informasi mengenai produk Wardah dari berbagai sumber yang ada
		Evaluasi Alternatif	a. Sebelum melakukan pembelian, saya mencoba mengevaluasi berbagai pilihan atau varian dari produk Wardah yang saya butuhkan

		Keputusan Pembelian	a. Saya membeli produk Wardah setelah mengambil keputusan karena merasa yakin akan kebutuhan yang sesuai
		Perilaku Pasca Pembelian	a. Merasa puas setelah melakukan pembelian produk Wardah dan akan melakukan pembelian ulang produk Wardah

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dari responden, mentabulasi dan berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan.¹⁵ Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan:

1. Uji coba instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument.¹⁶ Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian bisnis...*, hal. 142

¹⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: ...*, hal 144-145

adalah korelasi produk momen (*moment product correlation, pearson correlation*) antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*.¹⁷ Ketentuan validitas instrumen sah jika hasil r hitung $>$ r tabel .

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.¹⁸ Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Untuk memperoleh indeks reliabilitas soal menggunakan *one shot* yaitu pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau yang mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpa* (α), variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpa* (α) $>$ 0,60. Dan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton seperti yang dikutip Sujianto jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:¹⁹

¹⁷Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), hal.95.

¹⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hal.221

¹⁹*Ibid.*, hal. 97

- a) Nilai *Alpa Cronbach* 0,00 – 0.20 berarti kurang reliable
- b) Nilai *Alpa Cronbach* 0,21 – 0.40 berarti agak reliable
- c) Nilai *Alpa Cronbach* 0,41 – 0.60 berarti cukup reliable
- d) Nilai *Alpa Cronbach* 0,61 – 0.80 berarti reliable
- e) Nilai *Alpa Cronbach* 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variable berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mangasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid dan statistic parametric tidak dapat digunakan.²⁰ Uji normalitas pada data sangat diperlukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu data dengan harapan bahwa hasil dari pengujian yang dilakukan nanti bisa sevalid mungkin. Dalam kriterianya sendiri, data bisa dibidang berdistribusi normal apabila nilai signifikannya bernilai $>0,05$, dan jika nilai signifikannya $<0,05$ maka, data tersebut tidak berdistribusi normal.²¹

b. Uji Multikolonieritas

²⁰Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed. 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 110

²¹*Ibid*, hlm. 77-78.

Multikolinieritas adalah hubungan adanya linier yang “sempurna” diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Metode ini guna mendeteksi adanya multikolinieritas dalam penelitian menggunakan tolerance and variance inflation factor (VIF). Ketentuannya adalah jika nilai VIF kurang dari 10, multikolinearitasnya tidak terjadi.

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/ variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal.²² Dalam uji multikolinieritas, antara variabel-variabel bebas dikatakan baik apabila variabel tersebut tidak memiliki suatu hubungan atau korelasi untuk memastikan bahwa hasil pengujian adalah valid.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau ke pengamatan lain.²³ Bertujuan untuk menguji apakah 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 scatter plot dengan dasar analisis sebagai berikut ini:

²²*Ibid.*, hlm. 110

²³ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hlm 203

- 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.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien korelasi ganda

X_1 = Variabel Independen (Pelabelan Halal)

X_2 = Variabel Independen (*Brand Image*)

X_3 = Variabel Independen (*Celebrity Endorser*)

e = *errof of term*

4. 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. Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test.

a. Uji t- test

Untuk mengetahui apakah pengaruh variabel pelabelan halal, citra merek, dan selebriti pendukung berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

- 1) Apabila thitung lebih kecil dari ttabel maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel Pelabelan halal, citra merek, dan selebriti pendukung tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.
- 2) Apabila thitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel Pelabelan halal, citra merek, dan selebriti pendukung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Warrdah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel pelabelan halal, citra merek, dan selebriti pendukung berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

- 1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel pelabelan halal, citra merek, dan selebriti pendukung tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.
- 2) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_1), artinya variabel pelabelan halal, citra merek, dan selebriti pendukung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.²⁴ Nilai koefisien determinasi adalah nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen

²⁴Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hlm 83-85

memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.