

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sebagai pionir produk [kosmetik](#) halal dengan memiliki jargon “inspiring beauty”, Wardah kini semakin berkembang dengan ragam produk kecantikan, yang tak hanya bersifat dekoratif (*makeup*) namun juga perawatan kulit dan rambut yang berkualitas. Konsep inilah yang selalu diterapkan pada seluruh pabrik yang memproduksi berbagai lini produk, mulai dari *makeup*, perawatan wajah, hingga perawatan rambut.

Didirikan sejak 1995 oleh Nurhayati Subakat, Wardah yang berada di bawah naungan PT Paragon Technology & Innovation (PTI) ini memulai perjalanannya dari *home industry* di kawasan Cibodas, Jawa Barat.

Wardah terus melebarkan sayapnya hingga saat ini memiliki deretan pabrik besar semi otomatis di Kawasan Industri Jatake Tangerang ini berdiri sejak tahun 1998. Memiliki area seluas 20 hektar, pabrik ini menaungi fasilitas pabrik serta Research and Innovation Center, di mana Wardah memastikan kesinambungan proses produksi produk-produk halal secara konsisten dengan teknologi terkini dan kapasitas yang besar.

Hingga saat ini, Wardah sudah memproduksi lebih dari 400 produk dan 135 juta produksi per tahunnya. Dan sampai 2020, akan diluncurkan sekitar 230 produk baru.

B. Deskripsi Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer diperoleh langsung dengan menyebarkan angket atau kuesioner secara *online* melalui google formulir kepada responden. Responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah konsumen kosmetik Wardah di Kabupaten Jombang yang sudah berlangganan (minimal 2 kali pembelian dalam kurun waktu 6 bulan). Responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Berdasarkan data 100 orang responden yang pernah menggunakan produk kosmetik Wardah, melalui pernyataan didapat data responden yaitu usia, pekerjaan, dan rata-rata pembelian perbulan yang dikeluarkan untuk pembelian produk Wardah.

1. Deskripsi Responden berdasarkan usia

Deskripsi responden dalam klasifikasi usia, peneliti membaginya menjadi lima jenis, yaitu responden dengan usia 17 tahun sampai responden usia 37 tahun ke atas. Adapun deskripsi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table 4.1 berikut:

Tabel 4.1

Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	%
17 – 21 thn	34	34
22 – 26 thn	41	41
27 – 31 thn	19	19
32 – 36 thn	2	2
>37 thn	4	4

	100	100,0
--	-----	-------

Sumber: hasil olah data primer, 2021

Tabel 4.1 menyajikan data presentase responden berdasarkan usia. Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil penelitian dari 100 responden, 34% berusia 17-21 tahun yaitu sebanyak 34 orang, 41% berusia 22-26 tahun atau sebanyak 41 orang, 19% berusia 27-31 tahun atau sebanyak 19 orang, 2% berusia 32-36 tahun atau sebanyak 2 orang, dan 4% berusia >37 tahun atau sebanyak 4 orang.

2. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan.

Deskripsi responden dalam klasifikasi usia, peneliti membaginya menjadi lima jenis, yaitu responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa, wiraswasta, PNS/BUMN, pegawai swasta, dan lainnya. Adapun deskripsi responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada table 4.2 berikut:

Tabel 4.2

Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	%
pelajar/mahasiswa	47	47
Wiraswasta	19	19
PNS/BUMN	6	6
Pegawai swasta	13	13
Lainnya	15	15
	100	100,0

Sumber: hasil olah data primer, 2021

Tabel 4.2 menyajikan data presentase responden berdasarkan pekerjaan. Pada tabel

diatas dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil penelitian dari 100 responden, 47% berproesi pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 47 orang, 19% berproesi wiraswsasta atau sebanyak 19 orang, 6% berproesi PNS/BUMN atau sebanyak 6 orang, 13% berproesi pegawai swasta atau sebanyak 13 orang, dan 15% berproesi lainnya atau sebanyak 15 orang.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian Produk Kosmetik Wardah Perbulan

Deskripsi responden dalam klasifikasi usia, peneliti membaginya menjadi empat jenis, yaitu rata-rata pembelian perbulan <100.000, 100.001 – 300.000, 300.001 – 500.000, dan >500.000. Adapun deskripsi responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada table 4.3 berikut:

Tabel 4.3

Data Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian Produk Kosmetik Wardah Perbulan

Rata-rata pembelian perbulan	Frekuensi	%
<100.000	27	27
100.001 – 300.000	43	43
300.001 – 500.000	26	26
>500.000	4	4

	100	100,0
--	-----	-------

Sumber: hasil olah data primer, 2021

Tabel 4.3 menyajikan data presentase responden berdasarkan rata-rata pembelian produk kosmetik Wardah perbulan. Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil penelitian dari 100 responden, 27% rata-rata pembelian <100.000 perbulan yaitu sebanyak 27 orang, 43% rata-rata pembelian 100.001 – 300.000 perbulan atau sebanyak 43 orang, 26% rata-rata pembelian 300.001 – 500.000 perbulan atau sebanyak 26 orang, dan 4% rata-rata pembelian >500.000 perbulan atau sebanyak 4 orang.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari dua variable independen (bebas) yaitu Citra Merk (X1), Kualitas Produk (X2), dan satu variable dependen (terikat) yaitu Keputusan Kualitas Produk Kosmetik Wardah (Y) pada konsumen pengguna kosmetik Wardah wilayah Kabupaten Jombang. Berdasarkan hasil penelitian dari lima variable yang ada, dapat diketahui gambaran tanggapan dari 100 orang pengguna kosmetik Wardah sebagai responden mengenai tiga variable tersebut. Berikut ini adalah tabel dan deskripsi tentang tanggapan dari responden konsumen pengguna kosmetik Wardah wilayah Kabupaten Jombang.

1. Deskripsi tentang variabel Citra Merk (X1)

Variabel Citra Merk diukur dengan 10 item pernyataan. Distribusi presentase jawaban responden terhadap pernyataan yang ada variabel Citra Merk dapat dilihat pada tabel 4.4:

Tabel 4.4
Variabel Citra Merk (X1)

Item	Keterangan											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	32	32	60	60	7	7	1	1	-	-	100	100,0
X1.2	33	33	55	55	11	11	1	1	-	-	100	100,0
X1.3	29	29	67	67	4	4	-	-	-	-	100	100,0
X1.4	34	34	61	61	5	5	-	-	-	-	100	100,0
X1.5	37	37	59	59	4	4	-	-	-	-	100	100,0
X1.6	34	34	61	61	5	5	-	-	-	-	100	100,0
X1.7	29	29	65	65	6	6	-	-	-	-	100	100,0
X1.8	39	39	59	59	2	2	-	-	-	-	100	100,0
X1.9	30	30	67	67	3	3	-	-	-	-	100	100,0
X1.10	30	30	67	67	3	3	-	-	-	-	100	100,0

Sumber: hasil olah data primer, 2021

Lebih jelasnya skor jawaban responden diatas dapat disimpulkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Merek

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	327	32,7%
Setuju	621	62,1%
Kurang Setuju	50	5%
Tidak Setuju	2	0,2%
Sangat Tidak Setuju	0	0

Total	1000	100%
--------------	------	------

Sumber: hasil olah data primer, 2021

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa X1.1 yaitu bahwa pernyataan “ citra merek kosmetik Wardah yang terkenal” sebagian besar responden (60%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik Wardah yang sudah terkenal dan banyak digunakan oleh artis-artis terkenal. Pada X1.2 pernyataan tentang “pengguna produk kosmetik Wardah” sebagian besar responden (55%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik Wardah yang banyak digunakan oleh orang-orang terdekat dari responden. Pada X1.3 pernyataan tentang “merek Wardah memiliki harga terjangkau” sebagian besar responden (67%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki harga yang terjangkau. Pada X1.4 pernyataan tentang “merek Wardah memiliki citra yang populer” sebagian besar responden (61%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki citra yang populer. Pada X1.5 pernyataan tentang “merek Wardah mudah didapatkan” sebagian besar responden (59%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah mudah untuk didapatkan. Pada X1.6 pernyataan tentang “merek Wardah memiliki citra yang terjamin kualitasnya” sebagian besar responden (61%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki citra merek yang sudah terjamin kualitasnya. Pada X1.7 pernyataan tentang “merek Wardah yang cocok untuk semua kalangan” sebagian besar responden (65%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki citra merek yang cocok digunakan untuk semua kalangan. Pada X1.8 pernyataan tentang “merek Wardah memiliki ciri khas kehalalannya” sebagian besar responden (59%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki citra merek dengan ciri khas kehalalannya. Pada X1.9 pernyataan tentang “citra merek Wardah mudah diingat” sebagian besar responden (67%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah

memiliki citra merek yang sudah melekat dan mudah diingat oleh konsumen. Pada X1.10 pernyataan tentang “citra merek Wardah memiliki kesan positif” sebagian besar responden (67%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki citra merek yang memberikan kesan positif kepada konsumennya.

2. Deskripsi tentang variabel Kualitas Produk (X2)

Variabel Kualitas Produk diukur dengan 10 item pernyataan. Distribusi presentase jawaban responden terhadap pernyataan yang ada variabel Kualitas Produk dapat dilihat pada tabel 4.6:

Tabel 4.6
Variabel Kualitas Produk (X2)

Item	Keterangan											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	27	27	69	69	4	4	-	-	-	-	100	100,0
X2.2	33	33	64	64	3	3	-	-	-	-	100	100,0
X2.3	22	22	71	71	6	6	1	1	-	-	100	100,0
X2.4	27	27	68	68	5	5	-	-	-	-	100	100,0
X2.5	36	36	60	60	4	4	-	-	-	-	100	100,0
X2.6	30	30	67	67	3	3	-	-	-	-	100	100,0
X2.7	35	35	58	58	6	6	1	1	-	-	100	100,0
X2.8	26	26	70	70	4	4	-	-	-	-	100	100,0
X2.9	24	24	68	68	8	8	-	-	-	-	100	100,0
X2.10	31	31	67	67	2	2	-	-	-	-	100	100,0

Sumber: hasil olah data primer, 2021

Lebih jelasnya skor jawaban responden diatas dapat disimpulkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	291	29,1%
Setuju	662	66,2%
Kurang Setuju	45	4,5%
Tidak Setuju	2	0,2%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	1000	100%

Sumber: hasil olah data primer, 2021

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa X2.1 yaitu bahwa pernyataan “produk kosmetik Wardah udah diaplikasikan” sebagian besar responden (69%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik Wardah mudal diaplikasikan ke wajah. Pada X2.2 pernyataan tentang “produk kosmetik Wardah berkualitas” sebagian besar responden (64%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik Wardah yang berkualitas baikdan halal. Pada X2.3 pernyataan tentang “produk kosmetik Wardah cocok dengan berbagai macam tipe kulit” sebagian besar responden (71%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memilik kecocokan dengan berbagai macam tipe kulit konsmen. Pada X2.4 pernyataan tentang “produk kosmetik Wardah memiliki kemasan menarik” sebagian besar responden (69%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik

merek Wardah memiliki kemasan yang aman dan menarik. Pada X2.5 pernyataan tentang “produk kosmetik Wardah berspesifikasi jelas” sebagian besar responden (61%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki spesifikasi yang jelas dan sesuai. Pada X2.6 pernyataan tentang “varian produk Wardah yang banyak” sebagian besar responden (68%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki varian produk yang banyak baik make up maupun skincare. Pada X2.7 pernyataan tentang “produk kosmetik Wardah yang bermanfaat” sebagian besar responden (59%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki manfaat yang sesuai dengan harapan konsumen. Pada X2.8 pernyataan tentang “produk kosmetik Wardah dijual dengan harga sesuai” sebagian besar responden (71%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki harga jual yang sebanding dengan kualitasnya. Pada X2.9 pernyataan tentang “produk kosmetik Wardah mudah cocok” sebagian besar responden (68,7%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah mudah cocok dengan pengguna baru. Pada X2.10 pernyataan tentang “produk Wardah mempunyai banyak pilihan produk” sebagian besar responden (68%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik merek Wardah memiliki pilihan produk yang banyak dengan berbagai macam kondisi kulit.

3. Deskripsi tentang variabel Keputusan Kualitas Produk Kosmetik Wardah (Y)

Variabel Keputusan Kualitas Produk Kosmetik Wardah diukur dengan 10 item pernyataan. Distribusi presentase jawaban responden terhadap pernyataan yang ada variabel Keputusan Kualitas Produk Kosmetik Wardah dapat dilihat pada tabel 4.8:

Tabel 4.8

Variabel Keputusan Kualitas Produk Kosmetik Wardah (Y)

Item	Keterangan											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	28	28	66	66	6	6	-	-	-	-	100	100,0
Y2	29	29	65	65	6	6	-	-	-	-	100	100,0
Y3	30	30	68	68	2	2	-	-	-	-	100	100,0
Y4	37	37	58	58	5	5	-	-	-	-	100	100,0
Y5	29	29	68	68	3	3	-	-	-	-	100	100,0
Y6	32	32	63	63	5	5	-	-	-	-	100	100,0
Y7	21	21	73	73	6	6	-	-	-	-	100	100,0
Y8	28	28	65	65	7	7	-	-	-	-	100	100,0
Y9	32	32	63	63	5	5	-	-	-	-	100	100,0
Y10	30	30	67	67	3	3	-	-	-	-	100	100,0

Sumber: hasil olah data primer, 2021

Lebih jelasnya skor jawaban responden diatas dapat disimpulkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Kualitas Produk Kosmetik

Wardah

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	296	29.6%

Setuju	656	65,6%
Kurang Setuju	48	4,8%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	1000	100%

Sumber: hasil olah data primer, 2021

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa Y1 yaitu bahwa pernyataan “tidak ada keraguan dalam membeli produk Wardah” sebagian besar responden (67%) menjawab setuju bahwa mereka tidak ragu membeli produk kosmetik Wardah. Pada Y2 pernyataan tentang “memilih produk Wardah daripada produk lain” sebagian besar responden (64,6%) menjawab setuju bahwa mereka memilih produk Wardah daripada merek lain. Pada Y3 pernyataan tentang “daya tarik produk Wardah untuk dibeli” sebagian besar responden (68%) menjawab setuju mengenai mereka memiliki keinginan untuk membeli produk merek Wardah dengan jenis dan macam terbaru. Pada Y4 pernyataan tentang “kepuasan dalam membeli produk Wardah” sebagian besar responden (58%) menjawab setuju mereka mengenai puas dengan produk merek Wardah. Pada Y5 pernyataan tentang “analisis sebelum membeli produk kosmetik Wardah” sebagian besar responden (68%) menjawab setuju mengenai mereka menganalisis terlebih dahulu sebelum membeli produk merek Wardah. Pada Y6 pernyataan tentang “tingkat kemampuan membeli produk kosmetik Wardah” sebagian besar responden (63%) menjawab setuju mengenai mereka memiliki kemampuan dan daya beli lebih pada produk merek Wardah. Pada Y7 pernyataan tentang “membeli ulang produk kosmetik Wardah” sebagian besar responden (74%) menjawab setuju mengenai mereka akan tetap membeli kosmetik Wardah dimasa yang akan mendatang. Pada Y8 pernyataan tentang “produk Wardah dijual dengan harga sesuai” sebagian besar responden (66%) menjawab setuju mengenai mereka membeli produk kosmetik Wardah karena cocok dengan kulit wajah saya. Pada Y9 pernyataan tentang

“produk kosmetik Wardah tepat untuk direkomendasikan ke orang lain” sebagian besar responden (63%) menjawab setuju mengenai mereka akan merekomendasikan produk kosmetik Wardah kepada orang lain. Pada Y10 pernyataan tentang “produk kosmetik Wardah dibeli karena berkualitas” sebagian besar responden (67%) menjawab setuju mengenai produk kosmetik dibeli karena mereka menyukai kualitasnya.

D. Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*Independent*) terhadap variabel terkait (*dependent*).¹

Penelitian kuantitatif menggunakan bentuk analisis berupa angka- angka dan perhitungan data dengan menggunakan model statistik untuk menguji kebenaran dari hipotesis penelitian yang dibuat sebelumnya. Dengan demikian, maka dibutuhkan suatu alat ukur untuk dapat menganalisis data guna menunjang kebenaran dalam penelitian. Adapun analisis data yang digunakan adalah:

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas akan menunjukkan seberapa cermat suatu alat dalam melakukan fungsi ukurnya. Tujuan dari validitas adalah untuk menguji apakah setiap instrumen benar-benar mampu mengungkapkan faktor yang akan diukur atau konsistensi internal setiap instrumen alat ukur dalam mengukur suatu faktor.

Pada penelitian ini uji validitas akan dibantu dengan program SPSS 25.0 *For Window (Stastical Package for Social Science)*. Suatu data, dapat dikatakan valid apabila rhitung lebih besar dari pada rtabel. Sedangkan jika nilai rhitung lebih kecil dari pada rtabel maka dapat dikatakan tidak valid. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya rtabel adalah 0,195 (n= 100) dengan taraf kesalahan sebesar 5% pada uji dua

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta. 2015), hlm.12

arah. Jadi, item pernyataan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila r_{hitung} pada Correct Item Total Pearson Correlation lebih besar dari 0,195 berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrume Citra Merek

Variable	No. item	Person correlation	Rtabel (N=100) Taraf Signifikan 5%	keterangan
Citra Merek (X1)	1	0,768	0,195	valid
	2	0,708	0,195	valid
	3	0,664	0,195	valid
	4	0,734	0,195	valid
	5	0,750	0,195	valid
	6	0,712	0,195	valid
	7	0,706	0,195	valid
	8	0,749	0,195	valid
	9	0,690	0,195	valid
	10	0,764	0,195	valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Citra Merek (X1) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Instrume Kualitas Produk

Variable	No. item	<i>Person correlation</i>	Rtabel (N=100) Taraf Signifikan 5%	keterangan
Kualitas Produk (X2)	1	0,609	0,195	valid
	2	0,601	0,195	valid
	3	0,721	0,195	valid
	4	0,703	0,195	Valid
	5	0,734	0,195	Valid
	6	0,764	0,195	Valid
	7	0,753	0,195	Valid
	8	0,715	0,195	Valid
	9	0,739	0,195	Valid
	10	0,751	0,195	Valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Kualitas Merek (X2) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Instrume Kualitas Produk

Variable	No. item	Person correlation	Rtabel (N=100) Taraf Signifikan 5%	keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,675	0,195	Valid
	2	0,787	0,195	Valid
	3	0,758	0,195	Valid
	4	0,764	0,195	valid
	5	0,721	0,195	valid
	6	0,816	0,195	valid
	7	0,775	0,195	valid
	8	0,517	0,195	valid
	9	0,672	0,195	valid
	10	0,514	0,195	valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Instrumen yang valid umumnya reliabel, meskipun begitu pengujian pengujian reliabilitas instrumen tetap perlu dilakukan. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Croanbach Alpha. Jika skala itu dikelompokan dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable

- c. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 25, hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	keterangan
Citra Merek (X1)	0,898	Sangat reliable
Kualitas Produk (X2)	0,891	Sangat reliable
Keputusa Pembelian (Y)	0.895	Sangat reliable

Sumber: Hasil olah data primer, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Alpha Cronbach's lebih besar dari 0,81 dan lebih dari 1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dinyatakan sangat reliabel untuk variabel X1,X2 dan variable Y.

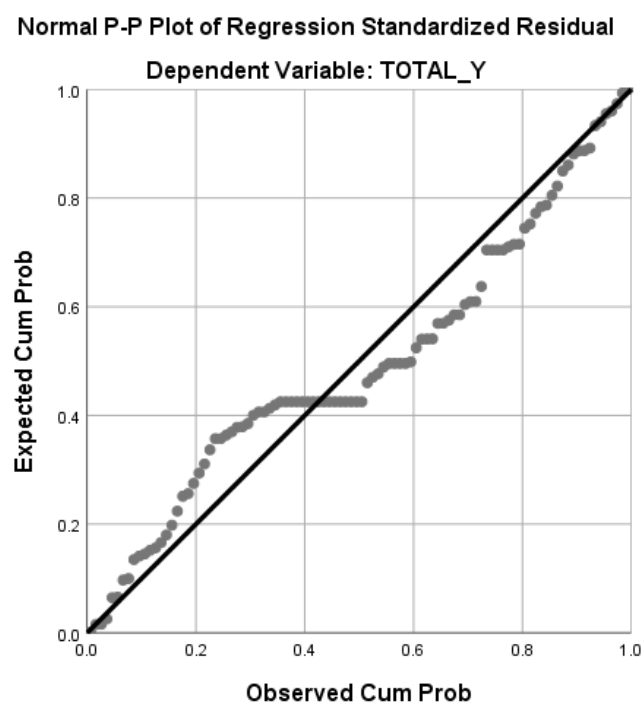
3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi tetapi pada

nilai residualnya. Disini untuk mendeteksi normalitas data digunakan dengan pendekatan One-Sampel Kolmogorof-Smirnov test. Data dikatakan normal ketika variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hasil dari normalitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1



Dari grafik P-Plot of Regresion Standarzed Residual Dependent Variabel diatas dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik mengikuti arah garis lurus. Sehingga berdasarkan kriteria uji normalitas, data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

b. Hasil 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 Variance Inflation Factor. Ketika Nilai Tolerance lebih dari 0,100 dan nilai VIF tidak lebih dari 10,00 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinearitas tersebut sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.623	2.467		2.684	.009		
	TOTAL_X	.190	.085	.201	2.232	.028	.394	2.538
2	TOTAL_X	.655	.088	.666	7.413	.000	.394	2.538

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Hasil olah data primer, 2021.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas sebagaimana pada tabel 4.14 dapat dilihat bahwa nilai Tolerance dan VIF untuk Citra Merek (X1) sebesar (0,394 dan 2,538), Kualitas Produk (X2) sebesar (0,151 dan 6,615). Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel terbebas dari gejala multikolinearitas, karena nilai tolerance dari setiap variable lebih dari 0,100 dan nilai VIF setiap variabel kurang dari 10,00.

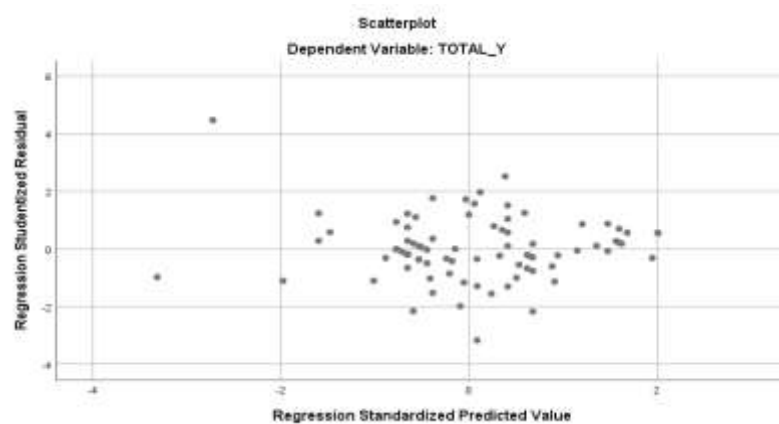
c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat Scatterplot dengan dasar analisis sebagai berikut:

- 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 di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olah data primer, 2021.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.15 dapat dilihat bahwa tidak ada suatu pola tertentu dan titik-titik menyebar diatas dan juga dibawah 0. Maka disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat dan Citra Merk (X1) dan

Kualitas Produk (X2) sebagai variabel bebas. Adapun hasil dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 25 dapat dilihat dalam tabel dibawah:

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	6.623	2.467	
TOTAL_X1	.190	.085	.201
TOTAL_X2	.655	.088	.666

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Hasil olah data primer, 2021.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda sebagaimana pada table 4.16 diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y1 = 6.623 + 0,190 X1 + 0,655 X2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 6,623 menunjukkan bahwa jika tidak ada nilai variabel citra merk dan kualitas produk yang dimiliki produk kosmetik Wardah maka keputusan konsumen membeli produk tersebut menurun sebesar 6,623.
- b. Ketika variabel X1 (Citra Merek) mengalami satu peningkatan maka meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,190. Tanda positif (+) pada angka 0,190 menunjukkan bahwa variabel citra merk yang dimiliki produk kosmetik Wardah terhadap keputusan pembelian konsumen adalah berhubungan positif.
- c. Ketika variabel X2 (Kualitas Produk) mengalami satu peningkatan maka meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,655. Tanda positif (+) pada angka 0,655 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk yang dimiliki

produk pixy terhadap keputusan pembelian konsumen adalah berhubungan positif.

Tanda (+) menandakan arah hubungan searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

5. Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel independen (citra merk dan kualitas produk) apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian konsumen). Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat

H_1 = Ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat

Adapun dasar keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima H_1 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$

Dengan probabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak

Dimana nilai t_{tabel} diperoleh dari perhitungan tingkat kepercayaan dibagi 2 ; jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dan terikat.

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 100-2-1) \\ &= 0,025 ; 97 \end{aligned}$$

Maka dalam penelitian ini diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,98472

Tabel 4.17**Hasil Uji T****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6.623	2.467		2.684	.009
	TOTAL_X1	.190	.085	.201	2.232	.028
	TOTAL_X2	.655	.088	.666	7.413	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Hasil olah data primer, 2021.

1) Pengaruh Citra Merk (X1) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

H_1 = Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk ksmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,232 > 1,98472) dan sig. < 0,05 yaitu 0,028 < 0,05. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak, dan H_1 diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

2) Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

H_1 = Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7,413 > 1,98472) dan $sig. < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak, dan H_1 diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

b. Hasil Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (bersama-bersama). Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel Terikat

H_1 = Ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat Adapun dasar

keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. H_0 diterima H_1 ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$
- b. H_0 ditolak H_1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$

Dengan probabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak Nilai F_{tabel} didapat dari perhitungan: $df_1 = 2 - 1 = 1$
 $df_2 = n - k = 100 - 2 = 98$

Maka $F_{tabel} = FINV$ (probability ; deg_freedom1 ; deg_freedom2)
 $= FINV (0,05 ; 1 ; 98)$

Maka dalam penelitian ini diperoleh F_{tabel} 3,94.

Table 4.18

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	997.890	2	498.945	108.742	.000 ^b
	Residual	445.070	97	4.588		
	Total	1442.960	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Hasil olah data primer, 2021.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

H_1 = Terdapat pengaruh citra merk dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

Berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 108,742 dan Sig. sebesar 0,000. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($108,742 > 2,69$) dan Sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya, ada pengaruh yang signifikan antara citra merk dan kualitas produk produk terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil uji determinasi didapatkan hasil sebagai berikut:

Table 4.19

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.832 ^a	.692	.685	2.142	2.335

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Hasil olah data primer, 2021.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program IMB SPSS Statistics versi 25 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,692. Hal ini berarti 69,2% keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah dapat dijelaskan oleh variabel citra merk dan kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu 30,8% keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah dipengaruhi oleh variabelvariabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.