

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu dengan mencari hubungan sebab atau akibat. Penelitian kuantitatif yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklarifikasikan dan hubungan gejala sebab akibat, maka penelitian dapat melakukan penelitian dengan mengfokuskan pada beberapa variabel (Sugiyono, 2012).

Untuk menganalisis variabel independent yang terdiri dari 3 (tiga) variabel yaitu *celebrity endorser*, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian minyak rambut *Gatsby* pada kalangan pria di lumajang. Maka dengan begitu peneliti menggunakan teknis analisis linier berganda, dengan begitu akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel *celebrity endorser*, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

3.2. Objek Penelitian

Adapun objek pada penelitian adalah seluruh variabel yang dapat diukur dan akan diteliti yaitu *celebrity endorser*, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minyak rambut *Gatsby*.

Sedangkan untuk subjek pada penelitian ini ialah konsumen yang menggunakan produk minyak rambut *Gatsby* pada kalangan pria di Lumajang.

Pemilihan lokasi ini bertujuan agar dapat memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan persoalan ataupun permasalahan dalam penelitian ini. oleh sebab itu peneliti mengambil lokasi lumajang sebagai subyek penelitian.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer. Menurut Istijanto, (2010) ialah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti yang bertujuan untuk menjawab masalah dalam penelitian ini. data primer yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan hasil pengisian kuisisioner oleh responden yaitu konsumen yang memakai produk minyak rambut *Gatsby*. Pertanyaan yang akan diajukan dalam kuisisioner menyangkut tentang pengaruh *celebrity endorser*, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minyak rambut *Gatsby*.

3.3.2 Sumber Data

Menurut Istijanto, (2010) berpendapat bahwa data adalah suatu informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama riset berlangsung. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data internal dan eksternal.

a. Data Internal

Data internal adalah data yang menggambarkan kondisi organisasi secara umum maupun khusus (Riyanto, S., 2020). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari konsumen yang menggunakan minyak rambut *Gatsby* yang tergambar pada hasil kuisisioner.

b. Data Eksternal

Data eksternal adalah data yang diperoleh diluar organisasi yang diteliti (Riyanto & Hatmawan, 2020). Data eksternal pada penelitian ini berupa dokumen- dokumen, maupun buku-buku, media internet dan literatur yang berkaitan dengan penelitian.

3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Keputusan

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012).

Populasi merupakan keseluruhan subyek yang diteliti, berangkat dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa populasi merupakan individu-individu atau kelompok maupun keseluruhan subyek yang akan diteliti dalam suatu penelitian. Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan minyak rambut *Gatsby* khususnya pada kalangan pria di Lumajang, dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah konsumen minyak rambut *Gatsby* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Responden yang diteliti bertempat tinggal di Lumajang.
- b. Responden yang diteliti pernah membeli dan menggunakan minyak rambut *Gatsby* dalam kurun waktu 3 bulan ini.
- c. Responden yang diteliti berusia 17 tahun keatas dengan asumsi dapat memahami pertanyaan dan mengisi kuisisioner dengan baik dan benar.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono, (2015) sampel merupakan bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan kesimpulannya akan dapat diperlukan untuk populasi, untuk itu populasi yang diambil harus benar-benar mewakili. Pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2015). Peneliti melakukan pengambilan sampel dengan cara menyebarkan kuesioner online. Teknik pengambilan sampel secara online dilakukan dengan menggunakan bantuan *Google Form* dan kuesioner disebar melalui media sosial *line* dan *whatsaaps*.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis multivariate regresi linier berganda yaitu terdiri dari 3 (tiga) variabel independen diantaranya *celebrity endorser*, gaya hidup, kualitas produk dan 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian maka ukuran sampel yang diambil $20 \times 4 = 80$ orang.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, Dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2013) variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat maupun nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk yang bertujuan agar untuk bisa dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini terdapat 2 dua variabel dalam sebuah penelitian diantaranya :

1). Variabel *Independent*

Variabel independent sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel bebas. Sedangkan variabel bebas merupakan variabel yang yang dapat mempengaruhi atau yang bisa menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (Sugiono,2013:39).

Untuk variabel *independent* pada penelitian ini adalah *celebrity endorser* (X1), gaya hidup (X2) dan kualitas produk (X3)

2). Variabel *Dependent*

Variabel dependen juga disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terkait. Variabel terkait merupakan suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, dikarenakan adanya variabel bebas yaitu variabel *independent* (Sugiyono, 2013). Variabel *dependent* pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

a. *Celebrity Endorser*

Menurut Terence, A. Shimp, (2014) selebriti adalah seseorang yang dikenal oleh masyarakat karena suatu prestasinya dalam bidang tertentu. *Celebrity endorser* merupakan suatu narasumber (*source*) sebagai (*figure*) yang menarik atau populer dalam iklan, yang mana hal tersebut dapat memperkuat citra dari suatu merk dalam pikiran pelanggan.

b. Gaya Hidup

Kotler & Keller (2012) berpendapat, gaya hidup (*lifestyle*) adalah suatu pola hidup dari seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. *Lifestyle* merupakan salah satu faktor yang cukup berpengaruh terhadap proses pembelian suatu produk serta menjadi salah satu pemicu seseorang untuk melakukan pembelian.

c. Kualitas Produk

Kualitas produk Menurut Kotler & Keller, (2012) adalah kemampuan suatu produk untuk meragakan fungsinya. Mutu adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk keawetan, keandalan, kecepatan kemudian dipergunakan dan diperbaiki, serta atribut bernilai yang lain.

d. Keputusann Pembelian

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh penjual, perilaku konsumen banyak menentukan proses pengambilan keputusan dalam suatu keputusan pembelian (Kotler dan Amstrong, 2012).

3.5.3 Definisi Operasional Variabel

a. *Celebrity Endorser (X1)*

Menurut (Terence A. Shimp, 2014) selebriti adalah seseorang yang dikenal oleh masyarakat karena suatu prestasinya dalam bidang tertentu. *Celebrity endorser* merupakan suatu narasumber (*source*) sebagai (*figure*) yang menarik atau populer dalam iklan, yang mana hal tersebut dapat memeperkuat citra dari suatu merk dalam pikiran pelanggan. Adapun indikator *celebrity endorser* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- (1) *Trustworthiness* (Kepercayaan)
- (2). *Credibility* (Pengetahuan)
- (3). *Attractiveness* (Daya Tarik)

Berdasarkan indikator tentang *celebrity endorser*, maka dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

1. Konsumen percaya bahwa minyak rambut *Gatsby* di iklankan oleh Adipati Dolken
2. Adipati Dolken memiliki pengetahuan dan keahlian yang bagus dalam mengiklankan minyak rambut *Gatsby*
3. Iklan minyak rambut *Gatsby* menjadi menarik karena dibawakan oleh Adipati Dolken yang terkenal dikalangan anak muda

b. Gaya Hidup (X2)

Gaya hidup (*lifestyle*) adalah suatu pola hidup dari seseorang di dunia yang diekpresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. *Lifestyle* merupakan salah satu faktor yang cukup berpengaruh terhadap proses pembelian produk serta menjadi salah satu pemicu seseorang untuk melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2012).

Adapun indikator Gaya hidup yang digunakan pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. *Activites* (Kegiatan)
2. *Interest* (Minat)
3. *Opinion* (Opini)

Berdasarkan indikator gaya hidup diatas maka disusun pertanyaan yang sesuai dengan skala pengukuran antara lain sebagai berikut :

1. Saya menggunakan minyak rambut *Gatsby* dalam aktivitas sehari-hari
2. Minyak rambut *Gatsby* banyak diminati dikalangan pria
3. Minyak rambut merupakan produk yang memiliki perkembangan inovasi yang semakin meningkat

c. Kualitas Produk (X3)

Kualitas produk adalah meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudian dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan merupakan suatu hal yang paling dicari oleh konsumen ketika mereka memilih produk yang akan digunakan (Kotler dan Amstrong, 2012).

Adapun indikator kualitas produk yang digunakan pada penelitian ini diantaranya:

1. Kinerja (*performance*)
2. Keindahan (*esthetic*)
3. Keunikan (*features*)
4. Reabilitas (*reability*)
5. Daya tahan (*durability*)
6. Desain (*Design*)

Berdasarkan indikator gaya hidup diatas maka disusun pertanyaan yang sesuai dengan skala pengukuran antara lain sebagai berikut :

1. Minyak rambut *Gatsby* memiliki kualitas yang sangat baik
2. Minyak rambut *Gatsby* menjadikan rambut saya lebih terlihat indah
3. Minyak rambut *Gatsby* memiliki keunikan dari beberapa jenis dengan fungsi yang berbeda
4. Minyak rambut *Gatsby* dapat diandalkan dalam *stylish*
5. Minyak rambut *Gatsby* memiliki ketahanan membuat rambut menjadi klimis setiap hari
6. Kemasan minyak rambut *Gatsby* memiliki desain yang sangat menarik

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Amstrong, 2011).

Adapun indikator keputusan pembelian pada penelitian ini diantaranya :

1. Keinginan suatu produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk.
3. Melakukan pembelian ulang.
4. Ketertarikan (*Interest*)

Berdasarkan indikator keputusan pembelian diatas maka disusun pertanyaan yang sesuai dengan skala pengukuran antara lain sebagai berikut :

1. Saya membeli minyak rambut *Gatsby* karena keinginan
2. Saya terbiasa membeli minyak rambut *Gatsby*
3. Saya melakukan pembelian minyak rambut *Gatsby* berulang-ulang atau lebih dari satu kali
4. Saya tertarik untuk membeli minyak rambut *Gatsby*

3.6. Intrumen Penelitian

Instrument penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang di amati (Sugiyono, 2015) secara *spesifik* semua fenomena ini disebut dengan variabel penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 4 (empat) instrument yang digunakan.

- a. Intrumen untuk mengukur *celebrity endorser*
- b. Intrumen untuk mengukur gaya hidup
- c. Intrumen untuk mengukur kualitas produk
- d. Intrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang telah digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang dan pendeknya interval yang ada pada alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015). Skala pengukuran yang akan digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert*, dimana skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara *spesifik* oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2013). Sehingga pada penelitian ini dapat ditentukan tabel instrumen yang didapatkan dari pengumpulan data meliputi variabel, indikator, item pertanyaan, skala pengukuran dan sumber dapat dicermati pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian Dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran	Sumber
1.	<i>Celebrity Endorser</i> (X1)	(a) <i>Trustworthiness</i> (Kepercayaan) (b) <i>Credibility</i> (Pengetahuan) (c) <i>Attractiveness</i> (Daya Tarik)	1. Adipati Dolken dapat diandalkan dalam mengiklankan minyak rambut <i>Gatsby</i> 2. Adipati Dolken terlihat percaya diri saat menjadi iklan minyak rambut <i>Gatsby</i> 3. Iklan minyak rambut <i>Gatsby</i> menjadi menarik karena dibawakan oleh Adipati Dolken yang terkenal dikalangan anak muda	Skala ordinal	Terence A, shimp (2014)
2.	Gaya hidup (X2)	a. <i>Activites</i> (Kegiatan) b. <i>Interest</i> (Minat) c. <i>Opinion</i> (Opini)	1 Saya menggunakan minyak rambut <i>Gatsby</i> dalam aktivitas sehari-hari 2 Minyak rambut <i>Gatsby</i> memberikan saya ketertarikan tersendiri dari produk minyak rambut lain 3 Saat ini minyak rambut <i>Gatsby</i> adalah minyak rambut tren yang banyak diminati oleh kalangan pria	Skala ordinal	Kotler & Keller (2012)

Lanjutan Tabel 3.1

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran	Sumber
3	Kualitas produk (X3)	a. Kinerja (<i>performance</i>) b. Keindahan (<i>esthetic</i>) c. Keunikan (<i>features</i>) d. Realibilitas (<i>reliability</i>) e. Daya tahan (<i>durability</i>) f. Desain (<i>Design</i>)	1. Minyak rambut <i>Gatsby</i> memiliki kualitas yang sangat baik 2. Minyak rambut <i>Gatsby</i> dapat mengubah tampilan rambut dengan model apapun 3. Minyak rambut <i>Gatsby</i> memiliki beberapa jenis dengan fungsi yang berbeda 4. Minyak rambut <i>Gatsby</i> membantu pria dalam <i>stylish</i> 5. Minyak rambut <i>Gatsby</i> memiliki ketahanan membuat rambut menjadi klimis setiap hari 6. Kemasan minyak rambut <i>Gatsby</i> memiliki desain yang sangat menarik	Skala ordinal	Kotler & Amstrong (2013)
4	Keputusan pembelian (Y)	a. Kemantapan pada suatu produk b. Kebiasaan dalam membeli produk. c. Melakukan pembelian ulang. d. Ketertarikan (<i>Interest</i>) e. Keinginan suatu produk	1. Saya membeli minyak rambut <i>Gatsby</i> karena cocok untuk kalangan pria 2. Saya terbiasa membeli minyak rambut <i>Gatsby</i> 3. Saya melakukan pembelian minyak rambut <i>Gatsby</i> berulang-ulang atau lebih dari satu kali 4. Saya tertarik untuk membeli minyak rambut <i>Gatsby</i> 5. Saya membeli minyak rambut <i>Gatsby</i> karena keinginan	Skala ordinal	Kotler & Amstrong (2011)

3.7 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mudah mendalam dan jumlah respondennya sedikit kecil. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report* atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan pada para kalangan pria di Lumajang yang menggunakan minyak rambut *Gatsby*. Peneliti memberikan pertanyaan kepada responden dengan menggunakan cara melalui sarana alat komunikasi yaitu *google form*. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan peneliti kepada responden mengenai *celebrity endorser*, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

b. Kuesioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga dapat digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisisioner juga dapat berupa pertanyaan-pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun dikirim melalui internet (Sugiyono, 2013).

Pengambilan sampel pada penelitian ini, yaitu dengan cara kuisisioner dibagikan secara online dengan melalui *google form* kepada 80 responden yaitu kalangan pria di lumajang yang menggunakan minyak rambut *Gatsby*, dengan situasi pandemi ini yang tidak memungkinkan untuk bertemu langsung dengan reponden. Maka peneliti memilih untuk menggunakan *google form* sebagai kuisisioner dalam pengambilan data.

Pengukuran data untuk variabel *celebrity endorser*, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dilakukan dengan cara memberikan skor pada tiap-tiap jawaban dari beberapa pertanyaan dari kuisisioner tersebut. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2013).

Adapun skala *likert* yang digunakan antara lain sebagai berikut :

- | | |
|---|---|
| a. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| b. Setuju/sering/ positif diberi skor | 4 |
| c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| d. Tidak setuju? hampir tidak Pernah/negative diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor | 1 |

c. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuisioner. Bila wawancara dan kuisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan apabila penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2013).

Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung pada pria yang menggunakan minyak rambut *Gatsby* di lumajang.

d. Study Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literature-literature, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Teknik ini digunakan agar memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari dari berbagai *literature* yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian (Sugiyono, 2013).

3.8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain yang telah terkumpul. Kegiatan analisis data ini adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang

diteliti dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013).

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka kuesioner perlu dilakukannya uji validitas dan reabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruhnya yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda, bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukannya pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuisisioner yang dipergunakan untuk menjangkau dan responden. Dimana asumsi yang harus dipenuhi oleh kuisisioner adalah data yang valid dan *reliable* untuk bisa dilakukan untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis berikutnya.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu instrument yang digunakan untuk mengukur kecocokan yang seharusnya diukur. Analisis faktor yang dilakukan pada uji validitas ini adalah dengan cara mengkorelasi jumlah faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini apabila korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari *instrument* ini dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* yang artinya percaya dan *reliable* yang artinya dapat dipercaya. Keterpercayaan hubungan dengan ketepatan dan konsistensi. test hasil belajar dapat dikatakan dapat dipercaya apabila memberikan hasil pengukuran hasil belajar yang relative tetap konsisten (Siyoto & Sodik, 2015).

Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha (a)*. Menurut Nugroho, (2011) uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach Alpha (a)* dengan indeks kriteria dibedakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2

Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Cronbach Alpha (a)	Tingkat Reliabilitas
1	0,000-0,20	Kurang Reliabel
2	0,201-0,40	Agak Reliable
3	0,401-0,60	Cukup Reliabel
4	0,601- 0,80	Realiable
5	0,801-1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho, Y.A., (2011)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary Least Square (OLS)*. Sehingga analisis regresi yang tidak berdasarkan *OLS* tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya seperti regresi logistik atau regresi ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas yang tidak dapat digunakan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi yang tidak perlu untuk diterapkan pada data *cross sectional* (Purnomo, 2019).

Terdapat beberapa alat uji yang sering dilakukan dalam uji asumsi klasik diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi (Kurniawan, 2014).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Sehingga uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel akan tetapi pada nilai residualnya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal *P Plot*, *Skewness* dan *kurtosis* atau uji *kolmogrov*. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan metode grafik normal *P-P Plot Of Regression Standardized Residual*.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu mempunyai tujuan untuk melihat ada tau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Apabila terdapat korelasi tertinggi diantara variabel-variabel bebasnya. Maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolineritas dilakukan dengan bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji persial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolineritas pada suatu model adalah sebagai berikut :

- a) Apabila nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka dengan begitu model dapat dikatakan terbatas dari multikolinearitas. Semakin tinggi *VIF*, maka semakin rendah pula *Tolerance*.
- b) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70, maka dengan demikian model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika lebih dari 0,70 maka dapat diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas.
- c) Jika nilai koefisien deteminasi, baik nilai r^2 maupun *adjusted r2* di atas 0,60 namun tidak terdapat variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel depeden, maka dapat diasumsikan model terkena multikolineritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lainnya.. Model regresi yang memenuhi persyaratan ialah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai *ZPRED* (nilai prediksi) dengan *SRESID* (nilai residualnya). Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot*.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi (*Regression Analysis*) adalah suatu teknik atau cara untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*). Dengan begitu analisis regresi sering disebut sebagai analisis prediksi. Karena merupakan prediksi, maka nilai prediksi tidak selalu tepat dengan nilai rillnya, semakin kecil tingkat penyimpangan antara nilai prediksi dengan nilai rillnya, maka semakin tepat persamaan regresi yang telah terbentuk (Purnomo, 2019). Berikut bentuk umum persamaan regresi linier berganda :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Koefesien Konstanta

X_1 = *Celebrity Endorser*

X_2 = Gaya Hidup

X_3 = Kualitas Produk

E = Error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan pengujian regresi linier berganda maka akan dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis sendiri bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji hipotesis merupakan elemen yang sangat penting dalam suatu penelitian. Berikut ini merupakan jenis pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini :

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu dapat mempengaruhi variabel independen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . hipotesis nol dianggap benar sampai kemudian dapat dibuktikan salah berdasarkan data sampel yang ada.

Sementara itu hipotesis alternatif merupakan lawan dari hipotesis nol. Hipotesis alternatif ini harus benar ketika hipotesis nol terbukti salah (Widarjono, 2015).

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut :

1). Merumuskan hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini diantaranya :

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *celebrity endorser* dengan keputusan pembelian

H_2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian

H_3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

2). Menentukan *level of dignifikan* dengan $\alpha = 5\%$

3). Menentukan besarnya t_{tabel}

t_{tabel} dapat juga dicari dengan cara mengamati tabel statistik pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 serta derajat kebebasan $df = n-k-1$ dengan menggunakan uji 2 sisi (n yakni jumlah data dan k yakni jumlah variabel independen).

4). Menentukan kriteria pengujian :

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

SJika - $t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

5).Membeuat kesimpulan dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} dan berdasarkan signifikansi terhadap kriteria yang telah ditetapkan.

b. Uji F (Simultan)

uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen. Terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikan model regresi Uji F ini dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance = ANOVA*) (Widarjono, 2015).

1). Merumuskan hipotesis :

a). Hipotesis Keempat

H_4 : Terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara *celebrity endorser*, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minyak rambut *Gatsby* pada kalangan pria di Lumajang.

2) Mencari nilai F hitung dan nilai F kritis dari tabel distribusi F . nilai F kritis berdasarkan besarnya dan df dimana besarnya ditentukan oleh numerator ($k-1$) dan df untuk denominator ($n-k$).

nilai F hitung dicari dengan formula sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)} = F_{[(k-1), (n-k)]}$$

3). Menentukan besarnya F_{tabel}

F_{tabel} dapat dicari dengan cara mengamati tabel statistik dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 serta derajat kebebasan df_1 (Jumlah variabel-1) dan df_2 ($n-k-1$). Dengan keterangan bahwa : n yakni jumlah data dan k yakni jumlah variabel independen.

4). Keputusan menolak atau gagal menolak H_0 sebagai berikut :

Jika F hitung $>$ F kritis, maka kita menolak H_0 yaitu secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya jika F

hitung $< F$ kritis maka gagal menolak H_0 yaitu secara bersama-sama semua variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

Kita bisa menolak hipotesis H_0 uji F ini dengan cara melihat nilai probabilitasnya. Jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai probabilitasnya maka menolak H_0 sedangkan sebaliknya jika F hitung lebih besar dari nilai probabilitasnya maka akan gagal menolak H_0 .

5).Membuat kesimpulan dari perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dan berdasarkan signifikasi dengan kriteria yang telah ditetapkan.

3.8.5 Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi Koefisien determinasi R^2 , ialah determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (*goodness of fit*). Koefisien determinasi ini mengukur prosentase total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen di dalam garis regresi. Dari formula persamaan (2.26) ketika garis regresi tepat melewati semua data Y maka ESS sama dengan TSS sehingga $R^2 = 1$, sedangkan jika garis regresi tepat pada rata-rata nilai Y maka ESS = 0 sehingga $R^2 = 0$. Dengan begitu nilai koefisien determinasi ini terletak antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). R^2 semakin mendekati 1 maka semakin baik garis regresi dan semakin mendekati angka nol maka kita mempunyai garis regresi yang kurang baik (Widarjono, 2015).