

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2022:2). Berdasarkan pengertian tersebut terdapat empat hal yang perlu dipahami lebih lanjut yaitu: cara ilmiah, data, tujuan serta kegunaan. Penelitian dengan cara ilmiah berarti penelitian tersebut didasarkan dengan ciri-ciri keilmuan yaitu, rasional (masuk akal), empiris (dapat diamati oleh indera manusia) serta sistematis (langkah-langkah yang digunakan bersifat logis).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis ini menggunakan statistik yang bertujuan untuk mengembangkan teori-teori, hipotesis serta relevansi dari suatu fenomena yang terjadi. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode asosiatif yang bersifat kausal atau hubungan yang bersifat sebab akibat, yang bertujuan untuk mengetahui serta melihat hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih yaitu antara variabel bebas yaitu yang menyebabkan munculnya variabel terikat dengan variabel terikat yaitu yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas.

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Rafita's Cake Kota Bogor yang meliputi wilayah Kecamatan Bogor Utara, Kecamatan Bogor Tengah, Kecamatan Bogor Timur, Kecamatan Bogor Selatan, Kecamatan Bogor Barat dan Kecamatan Tanah Sereal. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada Bulan Maret sampai dengan Bulan Juli 2023.

## C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan keseluruhan yang dinilai sebagai objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari untuk mendapatkan berbagai informasi dan dapat menarik kesimpulan dari sebuah penelitian. Pada dasarnya variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang memiliki bentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga akan mendapatkan berbagai informasi mengenai hal-hal tersebut dan kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2022:38).

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu terdapat variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y).

### 1. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen sering disebut dengan variabel *stimulus*, *predictor* atau *antecedent*. Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang dapat menjadi sebab atas perubahannya pada

variabel dependen (terikat). Adapun variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Celebrity endorser* ( $X_1$ )

Menurut Stiawan (2018:185), *celebrity endorser* atau dukungan selebriti merupakan tokoh seperti aktor, penghibur, atau atlet yang dikenal oleh publik karena prestasinya didalam bidang yang berbeda-beda dari golongan produk yang didukungnya.

b. Citra merek ( $X_2$ )

Menurut Stiawan (2018:6), citra merek adalah suatu asosiasi yang muncul dibenak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu, asosiasi yang dimaksud dapat berupa muncul dalam suatu bentuk pemikiran tertentu mengenai merek yang dikenalnya.

c. Lokasi ( $X_3$ )

Menurut Indriyani et al., (2022:65), lokasi merupakan suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat bisnis dan menjalankannya serta mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi aktivitas usahanya kepada konsumen.

2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel ini sering disebut dengan variabel *output*, kriteria atau variabel konsekuen. Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel independen (bebas). Adapun variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Keputusan pembelian (Y)

Menurut Gunawan et al., (2022:9), keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian dari suatu barang atau jasa dari beberapa alternatif yang tersedia.

#### D. Operasional Variabel

Untuk memperjelas variabel dalam operasional variabel penelitian, peneliti akan mendeskripsikannya sebagai berikut:

**Tabel 10**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Celebrity Endorser</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Celebrity endorser</i> atau dukungan selebriti merupakan tokoh seperti aktor, penghibur, atau atlet yang dikenal oleh publik karena prestasinya didalam bidang yang berbeda-beda dari golongan produk yang didukungnya (Stiawan 2018:185).	1. <i>Visibility</i> (Kepopuleran) 2. <i>Credibility</i> (Kepercayaan) 3. <i>Attraction</i> (Daya tarik) 4. <i>Power</i> (Kekuatan) (Percy dan Rossiter dalam Pudyarningsih et al., 2022:64-65).	Skala Likert

Citra Merek (X <sub>2</sub> )	Citra merek adalah suatu asosiasi yang muncul dibenak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu, asosiasi yang dimaksud dapat berupa muncul dalam suatu bentuk pemikiran tertentu mengenai merek yang dikenalnya (Stiawan 2018:6).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kekuatan merek (<i>Strengthness</i>)</li> <li>2. Keunikan merek (<i>Uniqueness</i>)</li> <li>3. Keunggulan merek (<i>Favorable</i>)</li> </ol> <p>(Kotler &amp; Keller dalam Buntoro et al., 2023:44-45).</p>	Skala Likert
Lokasi (X <sub>3</sub> )	Lokasi merupakan suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat bisnis dan menjalankannya serta mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi aktivitas usahanya kepada konsumen (Indriyani et al., 2022:65).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses</li> <li>2. Visibilitas (Jarak pandang)</li> <li>3. Lalu lintas</li> <li>4. Tempat parkir nyaman</li> <li>5. Lingkungan</li> </ol> <p>(Syaima dalam Miharta &amp; Khusnudin 2022:59).</p>	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian dari suatu barang atau jasa dari beberapa alternatif yang tersedia (Gunawan et al., 2022:9).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk</li> <li>2. Pilihan merek</li> <li>3. Pilihan penyalur</li> <li>4. Waktu pembelian</li> <li>5. Jumlah pembelian</li> </ol> <p>(Kotler dan Keller dalam Buntoro et al., 2023:43).</p>	Skala Likert

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Dalam suatu penelitian, populasi merupakan seluruh subjek ataupun orang yang akan diteliti karena mempunyai karakteristik atau kriteria yang sesuai dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2022:80), populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pelanggan/pembeli produk Rafita's Cake di Kota Bogor.

### 2. Sampel

Dalam suatu penelitian sampel dapat digunakan untuk melihat gambaran dari suatu populasi. Menurut Sugiyono (2022:81), sampel merupakan suatu bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya dikarenakan keterbatasan biaya, tenaga serta waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability sampling* digunakan dengan tujuan apabila peneliti mendeskripsikan sebuah objek penelitian

tanpa melakukan suatu penyamarataan terhadap populasi maka dengan metode inilah dimana tidak mungkin untuk menarik seluruh jumlah sampel karena adanya keterbatasan waktu dan biaya. Teknik pengambilan sampel ini meliputi: *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh* dan *snowball sampling* (Sugiyono, 2022:84).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria sudah menjadi konsumen/pembeli dari produk-produk Rafita's Cake minimal 2 kali pembelian dan berdomisili di Kota Bogor. Menurut Sugiyono (2022:85), *purposive sampling* merupakan suatu teknik penentuan sampel dengan ketentuan dan pertimbangan khusus. Dalam penelitian ini perhitungan sampel menggunakan rumus Lemeshow, perhitungan rumus ini dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti.

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Sumber: Riyanto & Hatmawan (2020:13-14)

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

$Z_{1-\alpha/2}^2$  = Tingkat/Derajat Kemaknaan (nilai z tabel pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96)

P = Proporsi/Maksimal estimasi (Jika nilai p tidak diketahui, umumnya menggunakan p=50% atau 0,5)

$d^2$  = Presisi/Tingkat kesalahan (error = 5% atau 0,05)

Maka pengambilan sampel dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Dengan demikian sampel yang diteliti sebesar 384,16 dan dibulatkan keatas menjadi 385 sampel.

## F. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer. “Data primer merupakan sumber data penelitian yang secara langsung diberikan kepada pengumpul data” (Sugiyono 2022:137). Adapun data primer pada penelitian ini diperoleh atau didapatkan secara langsung dari kuesioner yang diberikan.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

- a. Observasi, merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung terhadap objek yang diteliti.
- b. Dokumentasi, merupakan suatu data yang terkumpul atau yang dikumpulkan dari sebuah peristiwa yang telah terjadi (masa lalu). Pengumpulan data ini dapat diambil melalui dokumen tertulis maupun secara elektronik yang akan digunakan sebagai pendukung dalam kelengkapan data-data yang lainnya.
- c. Kuesioner, merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Adapun kuesioner dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk online atau menggunakan *Google form*.

Adapun teknik pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2022:93), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang yang dalam hal ini responden penelitian mengenai fenomena sosial yang terjadi, dimana fenomena sosial ini sudah ditetapkan oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Pada skala likert mengubah variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel, yang kemudian indikator-indikator tersebut dijadikan

sebagai titik tolak untuk menyusun beberapa item yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan di dalam kuesioner.

Secara umum kategori penilaian yang digunakan pada skala likert diberi nilai 1 sampai 5, yang memiliki nilai mulai dari sangat positif hingga sangat negatif, dengan demikian penilaian skor untuk masing-masing instrumen pernyataan ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 11**  
**Instrumen Penilaian Kuesioner**

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2022:94)

## G. Metode Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan atau pertanyaan di dalam kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Jika pertanyaan atau pernyataan di dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur maka pernyataan atau pertanyaan kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Pengujian ini menggunakan perangkat komputer SPSS Versi 26, dalam mengukur validitas instrumen menggunakan rumus *pearson product moment* yaitu sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \cdot \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber: Duli (2019:108)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah subjek atau responden (jumlah data)

$\sum X$  = Skor butir

$\sum Y$  = Skor total

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat nilai Y

Dengan dasar pengambilan keputusan/kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ , maka pernyataan atau pertanyaan kuesioner dapat dikatakan valid.
- 2) Jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ , maka pernyataan atau pertanyaan kuesioner dapat dikatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran lebih dari satu kali terhadap fenomena yang sama dan menggunakan alat ukur yang sama pula (Duli, 2019:106). Adapun uji reliabilitas yang

digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_1 = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber: Duli (2019:109)

Keterangan:

$r_1$  = Reliabilitas yang dicari

$n$  = Jumlah butir soal/pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varians skor tiap butir

$\sigma_t^2$  = Varians skor total

Dasar pengambilan keputusan/kriteria pengujian dari uji reliabilitas adalah jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka standar instrumen penelitian dengan menggunakan teknik ini dapat dikatakan reliabel. Semakin nilai *alpha* mendekati 1 maka nilai reliabilitas datanya akan semakin terpercaya.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui apakah suatu populasi data berdistribusi normal atau tidak (Duli, 2019:114). Adapun metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah analisis statistik menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dan taraf signifikansi 0,05 atau 5%.

Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat ada atau tidaknya suatu korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Duli, 2019:120).

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu sebagai berikut:

- 1) Dengan melihat nilai *tolerance*
  - a) Jika nilai *tolerance*  $> 0.10$ , maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
  - b) Jika nilai *tolerance*  $< 0.10$ , maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF)
  - a) Jika nilai VIF  $< 10$ , maka dapat diartikan tidak terjadi multikoliniearitas terhadap data yang diuji.
  - b) Jika nilai VIF  $> 10$ , maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, pada dasarnya model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Duli, 2019:122).

Cara memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola *scatterplot* model tersebut. Dimana analisis pada gambar *scatterplot* yang menyatakan model linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja pada area gambar *scatterplot*.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan menyempit kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola atau tidak memiliki pola tertentu.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan yang linear atau tidak (Duli, 2019:127). Dalam pengambilan keputusan pada uji linearitas

adalah dengan melihat nilai signifikansi *Deviation from linearity*. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan, apabila nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

### 3. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis suatu data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2022:147). Adapun analisis deskriptif statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai minimum, nilai maksimum dan nilai rata-rata. Analisis dilakukan menggunakan analisis rata-rata tertimbang (*mean widght*). Menurut Sugiarto & Setio (2021:147), rata-rata tertimbang merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk menghitung rata-rata pada sebuah data yang mengandung unsur timbangan atau bobot, dimana setiap penimbang atau bobot merupakan pasangan setiap data. Adapun rumus rata-rata tertimbang yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n W_i X_i}{\sum_{i=1}^n W_i}$$

Sumber: Sugiarto & Setio (2021:147)

Keterangan:

$\bar{x}$  = Rata-rata tertimbang

$W_i$  = Nilai Bobot

$X_i$  = Frekuensi

$n$  = Jumlah Responden (jumlah sampel = 385)

Adapun rentang skala pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R_s = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Skala}}$$

Sumber: Riyanto & Hatmawan (2020:54)

Keterangan:

$R_s$  = Rentang Skala

Skor tertinggi = 5 (skor dalam instrumen penilaian kuesioner)

Skor terendah = 1 (skor dalam instrumen penilaian kuesioner)

Jumlah skala = 5

Dengan demikian, dapat dihitung sebagai berikut:

$$R_s = \frac{5 - 1}{5}$$

$$R_s = 0,8$$

Maka keputusan dari nilai rentang skala pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 12**  
**Penilaian Rentang Skala**

No.	Nilai (Skor)	Keterangan
1.	1,00 – 1,80	Tidak Baik
2.	1,81 – 2,60	Kurang Baik
3.	2,61 – 3,40	Cukup Baik
4.	3,41 – 4,20	Baik
5.	4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Riyanto & Hatmawan (2020:54)

#### 4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan dengan tujuan untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan atau bersama-sama dengan variabel terikat (Y). arah korelasi dinyatakan dalam bentuk positif dan negatif, dimana korelasi dilambangkan dengan  $r$  yang berada diantara -1 dan 1. Jika korelasi bernilai positif (+) maka dinyatakan adanya korelasi yang positif, namun jika korelasi bernilai negatif (-) maka dinyatakan adanya korelasi yang negatif. Adapun korelasi ganda dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R_{YX_1.X_2.X_3} = \sqrt{\frac{r_{YX_1}^2 + r_{YX_2}^2 + r_{YX_3}^2 - 2(r_{YX_1}).(r_{YX_2}).(r_{YX_3}).(r_{X_1.X_2.X_3})}{1 - r_{X_1.X_2.X_3}^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2022:191)

Keterangan:

$R_{YX_1.X_2.X_3}$  = Korelasi antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  secara bersama-sama dengan variabel Y

$ryx_1$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_1$  dengan Y

$ryx_2$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_2$  dengan Y

$ryx_3$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_3$  dengan Y

$r^2_{x_1x_2x_3}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  dengan Y

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang erat antara *celebrity endorser*, citra merek dan lokasi dengan keputusan pembelian produk Rafita's Cake di Kota Bogor, dengan ini peneliti menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi yaitu sebagai berikut:

**Tabel 13**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat rendah

Sumber: Duli (2019:159)

##### 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih dari variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen atau variabel terikat (Duli, 2019:171). Model ini mengasumsikan adanya suatu hubungan satu garis lurus atau linear antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini merupakan hubungan linear antara variabel independen (bebas) yaitu *celebrity endorser* ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) dan variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian (Y). Adapun untuk mengetahui arah

hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif dan apakah nilai variabel independen akan naik atau turun. Dalam suatu penelitian analisis regresi linear berganda dapat dilakukan apabila memiliki jumlah variabel independen minimal dua variabel.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 26 dengan menggunakan model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Sumber: Duli (2019:171)

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian (variabel dependen)
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1$  = Koefisien regresi *celebrity endorser*
- $\beta_2$  = Koefisien regresi citra merek
- $\beta_3$  = Koefisien regresi lokasi
- $X_1$  = *Celebrity endorser* (variabel independen)
- $X_2$  = Citra merek (variabel independen)
- $X_3$  = Lokasi (variabel independen)
- $\varepsilon$  = *Error term* (Faktor pengganggu/variabel yang tidak diteliti)

## 6. Uji Hipotesis

### a. Hipotesis Statistik Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) yaitu *celebrity endorser* ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) secara parsial. Dalam penelitian dilakukan uji hipotesis dengan langkah dan asumsi sebagai berikut:

1)  $H_0 : \beta_1 = 0$  : Tidak memiliki pengaruh *celebrity endorser* secara parsial terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_1 \neq 0$  : Memiliki pengaruh *celebrity endorser* secara parsial terhadap keputusan pembelian.

2)  $H_0 : \beta_2 = 0$  : Tidak memiliki pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_2 \neq 0$  : Memiliki pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian.

3)  $H_0 : \beta_3 = 0$  : Tidak memiliki pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_3 \neq 0$  : Memiliki pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Dengan pengambilan keputusan atau kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- b) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b. Hipotesis Statistik Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk melihat apakah variabel bebas (independen) dalam penelitian ini yaitu *celebrity endorser* ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y) secara simultan atau bersama-sama. Dalam penelitian dilakukan uji hipotesis dengan langkah dan asumsi sebagai berikut:

- 1)  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  (tidak ada pengaruh antara X dengan Y)

Tidak ada pengaruh *celebrity endorser*, citra merek dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian.

- 2)  $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$  (ada pengaruh antara X dengan Y)

Ada pengaruh *celebrity endorser*, citra merek dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Dengan pengambilan keputusan atau kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang dapat digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 artinya variasi dari variabel dependen (Y) tidak dapat diterangkan oleh variabel independen (X) sama sekali. Dan apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 1 artinya variasi variabel dependen (Y) secara keseluruhan dapat diterangkan oleh variabel independen (X).

Dalam menentukan  $R^2$  dapat melihat dari hasil output SPSS, jika nilai  $R^2$  semakin besar maka hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan begitupun sebaliknya. Adapun koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Riduwan & Akdon (2020:125)

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi