

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Didalam rancangan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan eksplanasi (*explanatory research*). *Explanatory research* atau penelitian eksplanasi merupakan penelitian yang mengidentifikasi, memastikan hubungan sebab-akibat antar variabel dan untuk mengetahui atau memprediksi bagaimana suatu fenomena akan berubah atau bervariasi dalam hubungannya dengan variabel lain.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2021). diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*. pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner dengan sumber data primer dan sekunder.

Populasi dan sampel di dalam penelitian ini adalah followers tiktok produk skintific. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *convenience sampling*.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas selebrity endorser dan citra merek terhadap minat beli ulang. Pengaruh tersebut kemudian diformulasikan kedalam model dengan dua variabel bebas atau independen, variabel tersebut diantaranya adalah kredibilitas selebrity endorser (X1) dan citra merek (X2), dengan satu variabel dependen yakni minat beli ulang (Y).

Skala pengukuran menggunakan skala likert. Teknik analisis data menggunakan teknik analisa deskriptif dan analisa inferensial dengan

menggunakan rumus analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan alat uji *software* SPSS versi 25.

3.2 Subyek dan Lokasi Penelitian

Subjek penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variabel tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2021). Penelitian ini diuji kepada followers tiktok produk Skintific

Lokasi penelitian adalah tempat yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang diperlukan dan sesuai dengan topik penelitian. Pemilihan lokasi harus mempertimbangkan kemenarikan, keunikan, dan kesesuaian dengan topik penelitian (Sugiyono, 2021). Penelitian ini berlokasi di media sosial tiktok. Alasan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan media sosial tiktok merupakan salah satu media paling diminati untuk dijadikan media pemasaran produk skintific.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat diukur, dilihat, atau diamati yang memiliki potensi mempengaruhi hasil penelitian. Variabel ini dapat berupa karakteristik individu, kelompok, objek, atau peristiwa yang menjadi fokus penelitian (Sugiyono, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen Kredibilitas Celebrity Endorser (X1), dan *Brand Image* (X2) serta satu variabel dependen Minat Beli Ulang (Y).

3.3.2 Definisi operasional variabel dan indikator

1. Minat Beli Ulang

Menurut (Sani & Muhyi, 2023) Minat beli ulang merupakan penilaian positif terhadap kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya sehingga timbul suatu niat keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Mengacu pada konsep Sani & Muhyi (2021) Minat beli ulang adalah respon positif terhadap pembelian produk Skintific yang telah dilakukan sebelumnya sehingga timbul suatu keinginan konsumen untuk melakukan pembelian Produk skintific kembali Minat beli ulang dapat diukur melalui:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk Skintific.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk Skintific kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk Skitific. Preferensi tersebut hanya diganti jika terjadi sesuatu dengan produk Skintific.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk Skintific yang sudah diminati dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk Skintific.

2. Kredibilitas Celebrity Endorser

Menurut (Nurdiyanto & Malik, 2019) Kredibilitas endorser merupakan tokoh terkenal, dan dapat dipercaya atau selebriti yang dipercaya masyarakat dan dipekerjakan untuk mempromosikan brandnya. Mengacu pada konsep Nurdiyanto

& Malik (2019). Kredibilitas selebrity endorser merupakan tokoh terkenal, dan dapat dipercaya atau selebriti yang dipercaya masyarakat yakni nicholas saputra dan dipekerjakan untuk mempromosikan produk Skintific. Indikator Kredibilitas selebrity endorser :

1. Dapat dipercaya, Nicholas Saputra yang merupakan selebrity endorser produk skintific menjadi seseorang yang menginspirasi dalam pemilihan produk kecantikan yang ingin dibeli.
2. Daya Tarik, Selebrity endorser produk skitific, Nicolas Saputra memiliki daya tarik dari wajah yang tampan dan memiliki gaya penyampaian pesan yang menarik saat mempromosikan produk skintific.
3. Keahlian, Selebrity Endorser Nicholas Saputra memiliki keahlian dalam bidang kecantikan sehingga dipercaya saat mempromosikan produk skintific.

3. Citra Merek

Menurut (Kotler & Keller, 2021) Citra merek adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Mengacu pada konsep (Kotler & Keller, 2021) Citra merek merupakan proses dimana calon konsumen memilih, mengorganisasikan dan mengartikan informasi yang diterima untuk menciptakan gambaran yang berarti dari produk Skintific. Terdapat 3 indikator *brand image* (citra merek) diantaranya adalah:

1. Keunggulan, merupakan kinerja merek Skintific untuk lebih mudah dikenal oleh pembeli serta mempunyai kelebihan dalam persaingan.
2. Kekuatan, merupakan ukuran seberapa kuat interaksi yang bisa dibuat oleh merek Skintific dengan pembeli.
3. Keunikan, merupakan kesanggupan untuk membedakan merek Skintific diantara merek-merek yang lainnya.

3.3.3 Instrumen penelitian

Instrumen penelitian menurut (Sugiyono, 2021) adalah alat yang digunakan untuk mengukur dan mengumpulkan data tentang fenomena alam atau sosial yang diamati. Instrumen ini berfungsi sebagai alat ukur yang membantu peneliti mendapatkan data yang diperlukan untuk menemukan hasil penelitian.

Tabel 3. 1 Kisi -Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item
Kredibilitas Selebrity Endorser (X1) (Nurdiyanto & Malik, 2019)	Dapat dipercaya	Nicholas Saputra yang merupakan selebrity endorser produk kecantikan skintific menjadi seseorang yang menginspirasi dalam pemilihan produk kecantikan yang ingin dibeli.
	Daya tarik	Selebrity endorser produk skitific, Nicolas Saputra memiliki gaya penyampaian pesan yang menarik saat mempromosikan produk skintific.
	Keahlian	Selebrity Endorser Nicholas Saputra memiliki keahlian dalam bidang kecantikan sehingga dipercaya saat mempromosikan produk skintific.

Lanjutan Tabel 3.1

Citra Merek (X2) (Kotler & Keller, 2021)	Keunggulan	Produk skintific dikenal memiliki reputasi yang baik dimasyarakat.
	Kekuatan	Produk skintific konsisten dalam memenuhi ekspektasi saya terhadap produk kecantikan.
	Keunikan	Produk kecantikan Skintific memiliki keunikan yang membedakan dari merk lain.
Minat Beli Ulang (Y) (Sani & Muhyi, 2023)	Minat transaksional	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk kecantikan Skintific karena kebutuhan..
	Minat Refrensial	Saya merekomendasikan produk kecantikan Skintific kepada orang lain, seperti teman dan keluarga saya.
	Minat Preferensial	Saya menjadikan produk kecantikan Skintific sebagai pilihan utama dari pada produk lain.
	Minat Eksploratif	Saya mencari berbagai informasi mengenai produk kecantikan Skintific

3.4 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen adalah tahapan yang diperlukan dalam suatu penelitian untuk memastikan apakah instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data akurat dan dapat dipercaya. Uji instrumen ini membantu peneliti memastikan bahwa data yang dikumpulkan menggunakan instrumen tersebut adalah tepat dan tidak (Ghozali, 2020). Selain itu hasil yang sudah di dapat juga harus dipertanggung jawabkan. Uji instrument dibagi menjadi 2 hal yakni, Uji Validitas dan uji Reliabilitas :

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu proses yang digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang sesuai dengan

apa yang ingin diukur. Uji validitas ini mengukur seberapa jauh instrumen tersebut dapat menggambarkan atau mengukur variabel yang ingin dipelajari, sehingga peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan menggunakan instrumen tersebut adalah akurat dan relevan.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner. Oleh sebab itu, uji validitas digunakan untuk melihat apakah kuesioner yang disusun dapat mengukur objek yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dari hasil output (pearson correlation) dengan r tabel yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dimana jika r hitung $>$ r tabel maka butir pertanyaan disetiap kuesioner tersebut sudah valid, sedangkan jika r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2020)

Uji validitas dapat menggunakan rumus Pearson Product Moment.

Rumus :

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

Keterangan :

r = korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kredibilitas Selebrity Endorser (X1)	X1.1	0.845	0.361	Valid
	X1.2	0.854	0.361	Valid
	X1.3	0.700	0.361	Valid
Citra Merek (X2)	X2.1	0.760	0.361	Valid
	X2.2	0.807	0.361	Valid
	X2.3	0.743	0.361	Valid
Minat Beli Ulang (Y)	Y.1	0.822	0.361	Valid
	Y.2	0.792	0.361	Valid
	Y.3	0.817	0.361	Valid
	Y.4	0.672	0.361	Valid

Sumber : Uji validitas menggunakan SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 3.2 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh butir item pernyataan ketiga indikator variabel diperoleh nilai korelasi yang lebih besar dari nilai koefisien yaitu $>0,361$ artinya seluruh variabel tersebut adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan ukuran yang menggambarkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya, atau dapat diartikan reabilitas lebih mengutamakan ketepatan alat ukur. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika responden menjawab pertanyaan dengan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner/angket dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien alpha cronbach.

Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right)$$

Keterangan :

α = Koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = Jumlah item

S_j^2 = Varians responden untuk item I

S^2 = Jumlah varians skor total

Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha $\geq 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha $< 0,60$ (Ghozali, 2020).

Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	R tabel	Keterangan
Kredibilitas Celebrity Endorser (X1)	0.723	0.60	Reliabel
Citra Merek (X2)	0.656	0.60	Reliabel
Minat Beli Ulang (Y)	0.774	0.60	Reliabel

Sumber : Uji validitas menggunakan SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 3.3 dapat dilihat bahwa pengujian reliabilitas ketiga variabel menghasilkan nilai cronbach alpha yang lebih dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2021) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek maupun subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu selanjutnya akan ditarik kesimpulan. Untuk populasi pada penelitian ini adalah followers tiktok produk kecantikan Skintific.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari keseluruhan populasi yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan populasi itu. Dalam penelitian, ketika populasi terlalu besar untuk diteliti secara keseluruhan, peneliti menggunakan sampel untuk mewakili populasi tersebut agar dapat menggeneralisasi hasil penelitian dengan lebih efisien. Hal ini dilakukan karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu yang dimiliki oleh peneliti (Sugiyono, 2021).

Didalam penelitian ini, untuk menentukan sample yang akan diambil dapat ditentukan dengan rumus Cochran sebagai berikut :

Rumus :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang digunakan

z = Harga dalam kurva normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahansampel (sampling error), 10% = 0,1

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.01}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.01}$$

$$n = 96,04$$

$n = 96,4$ dibulatkan menjadi 96. Dikarenakan 96 merupakan jumlah sampel minimal, maka peneliti mengambil jumlah sampel sebanyak 100 orang responden dalam penelitian ini.

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah metode atau cara untuk mengambil sampel dari populasi yang akan diteliti. Teknik sampling digunakan untuk menentukan bagaimana cara-cara pengambilan sampel dilakukan dalam sebuah penelitian. Ini mencakup berbagai strategi dan metode yang digunakan untuk memilih sampel yang representatif dari populasi yang lebih besar (Sugiyono, 2021).

Pada penelitian ini populasi yang di gunakan merupakan followers tiktok produk kecantikan Skintific, untuk menentukan sampel metode yang digunakan yaitu menggunakan metode *Non probability sampling*. *Non probability Sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dengan kata lain,

tidak ada mekanisme yang memastikan setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2021).

Di dalam metode *Non probability sampling* peneliti memilih menggunakan teknik *Convenience Sampling*, yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana orang-orang yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, asalkan mereka dianggap cocok sebagai sumber data. Namun dengan syarat memiliki kriteria utama yaitu followers tiktok produk skintific yang sudah melakukan pembelian lebih dari satu kali.

3.7 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan didalam penelitian ini yaitu menggunakan data kuantitatif. data kuantitatif adalah data yang awalnya bersifat kualitatif namun telah diubah menjadi bentuk numerik atau angka. Data ini didapat melalui proses penghitungan dari kuesioner yang dilakukan oleh peneliti yang sudah terlibat langsung dengan masalah yang akan diteliti. Dengan kata lain, data kuantitatif merupakan hasil pengukuran atau penghitungan dari variabel-variabel yang dapat diukur atau dihitung dalam penelitian (Sugiyono, 2021).

3.7.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya di lapangan, biasanya melalui partisipasi responden dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, data primer berasal dari

pengumpulan informasi langsung dari individu atau kelompok yang menjadi subjek atau responden dalam penelitian tersebut (Sugiyono, 2021).

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada, seperti jurnal penelitian atau hasil penelitian orang lain (Sugiyono, 2021). Data ini dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, dalam bentuk publikasi. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data sekunder melalui berbagai sumber bacaan, seperti buku-buku, jurnal penelitian, internet, dan hasil-hasil penelitian sebelumnya.

3.8 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah salah satu bagian kunci dalam keberhasilan suatu penelitian. Metode ini penting karena membantu menentukan data yang akan digunakan sesuai dengan bukti dan fakta yang ada, sehingga penelitian tidak menyimpang dari data yang sebenarnya. Dengan menggunakan metode pengumpulan data yang tepat, peneliti dapat memastikan bahwa informasi yang diperoleh berkualitas dan relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2021).

Metode yang digunakan yaitu menggunakan Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui survey atau riset lapangan yakni dengan cara membagikan selebaran yang didalamnya berisi pertanyaan yang ditujukan untuk dijawab oleh responden dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan juga oleh peneliti, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah tersedia. Kuesioner disebarakan melalui media online tiktok, dengan periode 1 sampai 2 bulan dengan menggunakan screening test dimana hanya calon responden yang sesuai dengan kriteria yang dapat melanjutkan mengisi kuesioner pada penelitian ini

Skala pengukuran yang digunakan peneliti menggunakan Skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang tentang suatu fenomena (Sugiyono, 2021). Berikut perhitungan skala likert :

- a. Sangat Setuju (SS) = Skor 5
- b. Setuju (S) = Skor 4
- c. Kurang Setuju (KS) = Skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) = Skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah semua data dari responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data meliputi: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasikan data berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan sebelumnya. Dengan demikian, analisis data merupakan tahap penting dalam proses penelitian kuantitatif untuk menghasilkan kesimpulan yang valid dan mendukung (Sugiyono, 2021).

3.9.1 Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode analisa yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Ini berarti analisis deskriptif fokus pada

merangkum karakteristik data yang ada tanpa mencoba membuat kesimpulan yang berlaku secara luas terhadap populasi (Sugiyono, 2021).

Analisa deskriptif digunakan sebagai gambaran frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, agar dapat diketahui Kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Nilai Skor Tinggi} - \text{Nilai Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

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

$$= 0.8$$

Sehingga menurut (Sugiyono, 2021) interpretasi skor sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Interpretasi Skor Analisa Deskriptif

Skor	Interval	Interpretase
1	1,00 - 1,80	Sangat Rendah
2	>1,80 - 2,60	Rendah
3	>2,60 - 3,40	Cukup / Sedang
4	>3,40 - 4,20	Tinggi
5	>4,20 - 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : (Sugiyono, 2021)

3.9.2 Analisa Inferensial

Analisis inferensial terdapat statistik parametris dan nonparametris (Sugiyono, 2021). Statistik parametris digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. Statistik nonparametrik adalah metode statistik yang tidak memerlukan asumsi tentang bentuk distribusi dari data. Metode ini lebih fleksibel dan dapat digunakan ketika data tidak memenuhi syarat-syarat distribusi tertentu atau ketika informasi tentang parameter populasi tidak diketahui.

Penggunaan statistik parametris dan nonparametris tergantung pada jenis data yang sedang dianalisis. Statistik parametris biasanya digunakan untuk menganalisis data interval dan rasio, yang memiliki sifat kuantitatif dan dapat diukur dengan angka. Sedangkan statistik nonparametris lebih cocok digunakan untuk menganalisis data nominal dan ordinal, yang memiliki sifat kualitatif atau kategorikal tanpa urutan yang jelas.

3.9.2.1 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik yaitu merupakan syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear agar dianggap valid sebagai alat penduga. Selain itu, untuk mendapatkan model regresi linear berganda yang baik harus memenuhi kriteria. Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten (Ghozali, 2020).

Asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji asumsi multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Uji asumsi autokorelasi tidak dipergunakan karena uji ini hanya dipakai jika datanya time series atau runtut waktu (Ghozali, 2020).

1. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas memiliki tujuan untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2020), Dasar-dasar pengambilan keputusan menurut (Ghozali, 2020) diantaranya adalah :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas yaitu ada dua atau lebih variabel x yang memberikan informasi yang sama tentang variabel Y kalau X1 dan X2 berkolinearitas, dari kedua variabel cukup diwakili satu variabel saja. jika menggunakan keduanya merupakan inefisiensi.

Berikut merupakan beberapa cara untuk mengetahui adanya multikolinearitas, diantaranya :

1. Menggunakan antar variabel independen. dimisalkan ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X1 dan X2 ditemukan sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara variabel X1 dan X2.
2. lalu itu untuk mengetahui adanya multikolinearitas dapat juga dilihat melalui Value Inflation Factor (VIF). Apabila nilai tolerance value $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila

tolerance value $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.
(Ghozali, 2020)

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yakni uji grafik scatterplot, uji Park, uji Glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik scatterlot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya.

Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola teratur, maka mengindikasikan bahwa terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak ditemukan pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2020).

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi anatar kesalahan pengganggu pada regresi linier. Jika terdapat korelasi tersebut, maka disebut sebagai masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi keberadaan atau ketiadaan autokorelasi, digunakan Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 3. 5 Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi

Hipotesis Nol	Jika
Terdapat autokorelasi positif	$0 < d < dl$
Tidak terdapat autokorelasi positif	$dl \leq d \leq du$
Terdapat korelasi negatif	$4-du < d < 4$
Tidak terdapat korelasi negatif	$4-dl \leq d \leq 4$
Tidak terdapat autokorelasi positif dan negative	$du < dw < 4-du$

(Sumber : Ghozali, 2020)

3.9.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis biasa digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memiliki hubungan yang positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai kenaikan atau penurunan dari variabel dependen. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

Rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang (variabel dependen)

X1 = Kredibilitas Selebrity Endorser (variabel independen)

X2 = Brand Image (variabel independen)

e = Residu atau prediction error

a = Konstanta Persamaan Regresi

b_{1,2} = Koefisien Garis Regresi

3.9.3 Uji Hipotesis

3.9.3.1 Uji t

Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi bernilai signifikan atau tidak. Oleh karena itu setiap koefisien regresi wajib untuk diuji. Dalam hal ini jenis hipotesis yang bisa digunakan yaitu uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Cara melakukan uji t yaitu dengan menggunakan perbandingan antara nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Uji t dilakukan dengan dasar

Probabilitas/sig. Apabila P value > 0.05, maka H0 diterima dan Ha ditolak.

Sedangkan, apabila P value < 0.05, maka H0 ditolak dan Ha diterima.

Keterangan:

H0 = variabel independen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Ha = variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.3.2 Uji Koefisien Determinasi disesuaikan (R²)

Analisis determinasi merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Menurut (Ghozali, 2020) nilai R² terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Perhitungan nilai koefisien determinasi ini diformulasikan sebagai berikut :

$$R^2 = 1 - \frac{SSe}{SSt}$$