

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Kecamatan Batulicin

Batulicin adalah ibu kota Kabupaten Tanah Bumbu yang sekaligus menjadi pusat pemerintah dan perekonomian dari Kabupaten Tanah Bumbu. Batulicin juga merupakan sebuah wilayah Kecamatan yang terletak di Tanah Bumbu, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kecamatan Batulicin memiliki luas wilayah 114,6 km² dan mempunyai penduduk sebanyak 22,077 jiwa. Batulicin merupakan salah satu jalur penting dalam proses pengiriman batubara dari Kalimantan Selatan ke berbagai penjuru tanah air dan juga negara-negara internasional. Batulicin terletak di tepi Selat Laut yang menghubungkan Laut Jawa dengan Selat Makassar.

(https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Batulicin,_Tanah_Bumbu

diakses pada 3 mei 2023).

Batas wilayah kecamatan Batulicin di bagian utara yaitu kecamatan Karang Bintang dan Simpang Empat, di bagian timur yaitu Selat Laut, di bagian selatan yaitu kecamatan Kusan Hilir, sedangkan di bagian barat yaitu kecamatan Kusan Hulu. Kecamatan Batulicin terbagi atas 2 kelurahan, 7 desa dan 58 RT.

(https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Batulicin,_Tanah_Bumbu

diakses pada 3 mei 2023).

2. Gambaran Umum Objek Penelitian

b. Produk Scarlett Whitening

Scarlett Whitening merupakan salah satu produk perawatan kecantikan yang berasal dari Indonesia. Scarlett whitening baru didirikan pada tahun 2017 oleh Felicya Angelista. Scarlett whitening telah terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan bersertifikat halal MUI. Scarlett whitening berfokus pada tiga kategori perawatan, yaitu perawatan tubuh, wajah, dan juga rambut. Setiap kategori tersebut memiliki beberapa varian yang dapat dipilih oleh konsumen sesuai dengan kondisi kulit dan kebutuhan konsumen. Scarlett whitening tidak hanya menyediakan produk bagi konsumen yang memiliki tubuh dan wajah dengan kulit normal, namun juga menyediakan produk untuk konsumen yang memiliki masalah kulit wajah, seperti berjerawat, kulit kering, dan memiliki tanda-tanda penuaan. Scarlett whitening mengklaim bahwa produk mereka tidak menggunakan zat yang berbahaya, seperti Merkuri dan hydroquinone, sehingga aman untuk digunakan bahkan bagi ibu hamil dan ibu menyusui. Produk scarlett whitening yang paling laris terjual adalah Scarlett Whitening Facial Wash, Scarlett Whitening Body Lotion, dan Scarlett Whitening Acne Serum. Produk unggulannya yaitu rangkaian perawatan tubuh yang dapat

memberikan hasil putih seketika (*instant whitening*) yang hasilnya terlihat dalam pemakaian pertama (Scarlett Reveal Your Beauty, 2017).

3. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada wanita bekerja di Kecamatan Batulicin dan konsumen yang menggunakan produk Scarlett Whitening. Hasil kuesioner yang dibagikan adalah 100 responden. Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel. Data hasil kuesioner dapat digunakan mendeskripsikan karakteristik responden yang dalam penelitian ini meliputi:

a. Jenis Kelamin

Tabel II

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	0	0
2.	Perempuan	100	100%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Berdasarkan pada karakteristik responden pada tabel jenis kelamin diatas, bahwa responden laki-laki yaitu sebanyak 0 orang

responden atau sebesar 0%. Sedangkan responden perempuan sebanyak 100 orang atau sebesar 100%.

b. Usia

Tabel III

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	20-30 Tahun	90	90%
2.	31-40 Tahun	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Berdasarkan pada karakteristik responden menurut usia, bahwa responden berusia 20-30 tahun sejumlah 90 orang atau 90%. Sedangkan 31-40 tahun sejumlah 10 orang atau 10%. Jadi, bisa diambil kesimpulan, bahwa pengguna pemakaian produk Scarlett Whitening. Pekerjaan Responden

c. Pekerjaan Responden

Tabel IV

Karakteristik Responden Berdasarkan yang Bekerja

No.	Bekerja	Jumlah	Persentase
1.	Ya	84	84%
2.	Tidak	16	16%
Jumlah			

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Berdasarkan pada karakteristik responden menurut yang bekerja, bahwa responden yang berkerja sejumlah 84 orang atau 84% sedangkan yang tidak bekerja sejumlah 16 orang atau 16%. Jadi, bisa diambil kesimpulan bahwa pengguna pemakai produk Scarlett Whitening yang bekerja lebih banyak.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Dasar pengambilan Uji Validitas yaitu R_{Hitung} dengan R_{Tabel} :
 Jika Nilai $R_{Hitung} > R_{Tabel}$ maka hasilnya dapat dikatakan valid, begitu juga sebaliknya jika $R_{Hitung} < R_{Tabel}$ maka hasilnya dapat dikatakan tidak valid. Untuk sampel 96 responden dengan alpha 0,05 di dapat R_{Tabel} sebesar 0,361. Berikut hasil uji validitas dari pertanyaan masing-masing variabel:

Tabel V

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R-Hitung (Person Correlation)	R-Tabel (Nilai=96, $\alpha=5\%$)	Keterangan
Duta Merek (X ₁)	X _{1.1}	0.579	0.361	VALID
	X _{1.2}	0.748	0.361	
	X _{1.3}	0.838	0.361	
	X _{1.4}	0.715	0.361	
	X _{1.5}	0.624	0.361	
Kepercayaan (X ₂)	X _{2.1}	0.623	0.361	VALID
	X _{2.2}	0.855	0.361	
	X _{2.3}	0.780	0.361	
	X _{2.4}	0.880	0.361	
	X _{2.5}	0.700	0.361	
Keputusan Pembelian	Y.1	0.682	0.361	VALID
	Y.2	0.663	0.361	

(Y)	Y.3	0.555	0.361	
	Y.4	0.668	0.361	
	Y.5	0.774	0.361	

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasinya:

Berdasarkan tabel V dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan yang berjumlah 15 pertanyaan yang terdiri dari variabel Duta Merek (X_1), kepercayaan (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y) karena nilai $R_{Tabel} 0.361 >$ dari R_{Hitung} , maka semua item pertanyaan dikatakan valid dan dapat digunakan untuk pengumpulan pembelian.

2) Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan Uji Reliabilitas Cronbach Alpha menurut Wiratna Sujarweni (2014), kuesioner dikatakan Reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$. Berikut merupakan hasil uji Reliabilitas dari pertanyaan masing-masing Variabel:

Tabel VI

Hasil Uji Reliabilitas Duta Merek (X_1), kepercayaan (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y)

<i>Reliability Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Keterangan</i>
Duta Merek	0.749	Reliabel
Kepercayaan	0.825	Reliabel
Keputusan pembelian	0.688	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

Berdasarkan pada tabel VI, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha untuk Duta Merek, kepercayaan, dan Keputusan pembelian $> 0,6$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh

pernyataan dari instrumen penelitian dinyatakan reliabel, dan instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai pengumpulan dan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

1) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Dasar pengambilan uji normalitas dengan mengetahui nilai *Asymp* Signifikansi lebih besar ($>$) dari 0,05, maka nilai residual berdistribusi Normal. Sebaliknya, jika nilai *Asymp* Signifikansi kurang dari ($<$) 0,05, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 4.6 berikut ini yang dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel VII

Hasil Uji Normalitas Menggunakan *One Sample*

Kolmogorov-Smirnov Test.

<i>One-Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	Unstandarzdized Residual	Keterangan
N	100	Normal
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{e,d}	Normal

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

Berdasarkan tabel VII menunjukkan nilai *Asymp. Sig* lebih besar ($>$) dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai

Residual menyebar Normal. Dari hasil di atas dapat diketahui hasil metode *Kolmogrov Smirnov* sebesar 0,200.

b) Uji Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan Uji Multikolinearitas adalah dengan Melihat Nilai Tolerance: Jika nilai *Tolerance* lebih besar ($>$) dari 0,10 maka Tidak terjadi Multikolinearitas.

Berikut merupakan hasil uji Multikolinearitas penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 4.7 berikut ini:

Tabel VIII
Hasil Uji Multikolinearitas Menggunakan Metode
Tolerance* dan *VIF

Variabel Bebas	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
Duta Merek (X_1)	0.600	1,667	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kepercayaan (X_2)	0.600	1,667	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

Berdasarkan tabel VIII menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* pada kedua variabel bebas (Duta Merek dan Kepercayaan) lebih besar ($>$) dari 0,10 yang artinya tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan pada Nilai *VIF* juga tidak terjadi Multikolinearitas pada kedua variabel bebas karena nilainya Lebih kecil ($<$) dari 10,00. Jadi kesimpulannya, hasil dari uji Multikolinearitas dengan menggunakan Metode *Tolerance* dan *VIF* pada penelitian ini bebas dari masalah Multikolinearitas

c) Uji Autokorelasi

Dasar pengambilan keputusan uji Autokorelasi:

- (a) Jika $d < dL$ atau $d > 4 - dL$, maka hipotesis nol ditolak, artinya terdapat Autokorelasi
- (b) Jika $dU < d < 4 - Du$, maka hipotesis nol diterima, artinya tidak terdapat autokorelasi

Berikut merupakan hasil uji Autokorelasi penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel IX
Hasil Uji Autokorelasi dengan menggunakan metode Durbin – Watson (DW)

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson				Keterangan
	dL	Du	4-dL	4-dU	
1.874	1.6337	1.7152	2.3663	2.2848	Tidak ada Autokorelasi

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

Berdasarkan tabel IX hasil uji Autokorelasi dengan menggunakan metode Durbin-Watson (DW) hasilnya tidak ada autokorelasi dengan menggunakan rumus $Du < d < 4-Du$ atau $1.7152 < 1.874 < 2.2848$.

d) Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas dilakukan dengan metod *Glejser* dan *Scatterplot* Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas menggunakan *Glejser* adalah

jika Nilai Signifikan $> 0,05$, maka hasilnya dapat disimpulkan tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

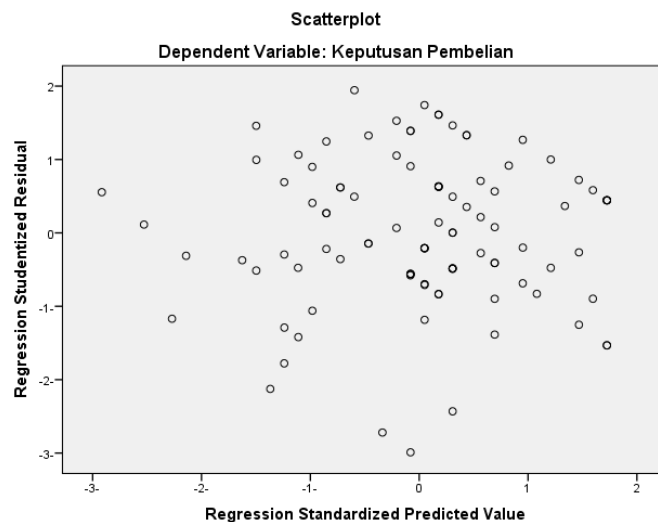
Sedangkan pada metode *Scatterplot* adalah data akan dinyatakan lolos jika sebaran data menyebar, baik diatas maupun dibawah sumbu 0. Berikut merupakan hasil dari uji heteroskedastisitas:

Tabel X

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode *Glejser*

Model	Sig.	Keterangan
Duta Merek (X_1)	0.894	Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas
Kepercayaan (X_2)	0.633	Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)



Gambar III

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan metode *Scatterplot*

Interpretasi:

Berdasarkan Gambar scatterplot diatas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

6. Deskripsi Variabel Penelitian

Berikut merupakan beberapa pengambilan data deskripsi variabel penelitian yang akan dijelaskan secara lebih rinci:

a. Hasil Kuesioner Responden

Dari hasil penyebaran Kuesioner, dapat dijelaskan Hasil kuesioner responden pada penelitian ini sebagai berikut:

1) Duta Merek (X_1)

Tabel XI

Jawaban Responden tentang Duta Merek

Butir Soal	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	0	0	6	6.0	38	38.0	56	56.0	100	100,0
2	0	0	3	3.0	12	12.0	51	51.0	34	34.0	100	100,0
3	1	1.0	6	6.0	20	20.0	48	48.0	25	25.0	100	100,0
4	0	0	3	3.0	20	20.0	44	44.0	33	33.0	100	100,0
5	0	0	1	1.0	13	13.0	38	38.0	48	48.0	100	100,0

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Dari tabel diatas dapat dijelaskan dengan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- a) Pertanyaan 1, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” sejumlah 56 responden atau 56% yang mana respondennya sangat setuju dengan

pernyataan bahwa selebriti yang digunakan oleh Scarlett Whitening sebagai duta merek merupakan sosok yang sangat terkenal dan dikenali oleh semua orang.

- b) Pertanyaan 2, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “setuju” sejumlah 51 responden atau 51% yang mana respondennya setuju dengan selebriti yang digunakan meningkatkan kesadaran konsumen pada produk Scarlett Whitening.
- c) Pertanyaan 3, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “setuju” sejumlah 48 responden atau 48% yang mana respondennya setuju dengan selebriti yang digunakan oleh Scarlett Whitening adalah orang yang ahli dibidangnya.
- d) Pertanyaan 4, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi pada alternatif jawaban “setuju” sejumlah 44 responden atau 44% yang mana artinya responden setuju dengan pernyataan bahwa menurut saya, selebriti yang digunakan sepenuhnya sesuai menjadi duta merek untuk produk Scarlett Whitening.
- e) Pertanyaan 5, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi pada alternatif jawaban “sangat setuju” sejumlah 48 responden atau 48% yang mana respondennya sangat setuju dengan selebriti yang digunakan oleh Scarlett Whitening memiliki penampilan menarik dan pengetahuan yang baik.

2) Kepercayaan (X_2)

Tabel XII**Jawaban Responden tentang Kepercayaan**

Butir Soal	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	0	0	5	5.0	53	53.0	42	42.0	100	100,0
2	0	0	2	2.0	18	18.0	47	47.0	33	33.0	100	100,0
3	0	0	3	3.0	18	18.0	56	56.0	23	23.0	100	100,0
4	0	0	5	5.0	29	29.0	49	49.0	17	17.0	100	100,0
5	1	1.0	3	3.0	21	21.0	37	37.0	38	38.0	100	100,0

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Dari tabel diatas dapat dijelaskan dengan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- a) Pertanyaan 1, menunjukkan dari total 100 responden frekuensi tertinggi pada alternatif jawaban “setuju” sejumlah 53 responden atau 53% yang mana artinya responden menyetujui dengan pernyataan bahwa saya merasa produk Scarlett Whitening mempunyai reputasi yang bagus.
- b) Pertanyaan 2, menunjukkan dari total 100 responden frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “setuju” sejumlah 47 responden atau 47% yang mana artinya responden setuju dengan pernyataan bahwa produk Scarlett Whitening memberikan kualitas yang sesuai dengan harapan saya.
- c) Pertanyaan 3, menunjukkan dari total 100 responden frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “setuju” sejumlah 56 responden atau 56% yang mana artinya responden menyetujui dengan pernyataan bahwa saya

yakin produk Scarlett Whitening adalah produk yang unggul dan kompeten dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

- d) Pertanyaan 4, menunjukkan dari total 100 responden frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “setuju” sejumlah 49 responden atau 49% yang mana artinya responden menyetujui dengan pernyataan bahwa saya merasa kualitas produk Scarlett Whitening sangat baik dibanding produk yang lain.
- e) Pertanyaan 5, menunjukkan dari total 100 responden frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” sejumlah 38 responden atau 38% yang mana artinya responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa saya yakin untuk memakai produk Scarlett Whitening dalam jangka panjang.

3) Keputusan Pembelian (Y)

Tabel XIII

Jawaban Responden Keputusan Pembelian

Butir Soal	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	4	4.0	13	13.0	52	52.0	31	31.0	100	100,0
2	0	0	2	2.0	13	13.0	44	44.0	41	41.0	100	100,0
3	1	1.0	3	3.0	16	16.0	49	49.0	31	31.0	100	100,0
4	1	1.0	8	8.0	16	16.0	49	49.0	26	26.0	100	100,0
5	1	1.0	5	5.0	17	17.0	46	46.0	31	31.0	100	100,0

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Dari tabel diatas dapat dijelaskan dengan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- a) Pertanyaan 1, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada jawaban “setuju” sejumlah 52 responden atau 52% yang mana responden menyetujui dengan pernyataan bahwa saya memutuskan membeli produk Scarlett Whitening karena sesuai kebutuhan, Proses pengambilan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam Islam, proses pengambilan keputusan pembelian diterangkan dalam ayat al-Qur’an yang bersifat yang lebih umum. Artinya bisa diterapkan dalam segala aktivitas. Selain itu, konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan keseimbangan. Terdapat dalam firman Allah QS. Al-Furqan/ 25:67 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar” (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 520)

Berdasarkan ayat diatas setiap pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu haruslah seimbang, dikatakan seimbang jika dalam pembelian tidak berlebih-lebihan yang sesuai kebutuhan dan tidak kikir.

- b) Pertanyaan 2, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada jawaban “setuju” sejumlah 44 responden atau 44% yang mana responden menyetujui dengan pernyataan bahwa saya melakukan pencarian informasi mengenai produk Scarlett Whitening.

- c) Pertanyaan 3, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada jawaban “setuju” sejumlah 49 responden atau 49% yang mana responden menyetujui dengan pernyataan bahwa saya membandingkan produk Scarlett Whitening dengan produk yang lainnya.
- d) Pertanyaan 4, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada jawaban “setuju” sejumlah 49 responden atau 49% yang mana responden menyetujui dengan pernyataan bahwa saya membeli produk Scarlett Whitening atas rekomendasi keluarga/teman/kerabat.
- e) Pertanyaan 5, menunjukkan dari total 100 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada jawaban “setuju” sejumlah 46 responden atau 46% yang mana respondennya menyetujui dengan pernyataan bahwa saya akan membeli produk Scarlett Whitening kembali di masa mendatang.

7. Uji Regresi Berganda

Model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Berikut hasil uji regresi linier berganda dengan menggunakan *Software SPSS Statistik 22*:

Tabel XIV

Hasil Uji Analisis Regresi berganda

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients (B)
(Constanta)	2.908
Duta Merek (X ₁)	0.282
Kepercayaan (X ₂)	0.566

Sumber: Data hasil peneliti

Berdasarkan hasil data pada tabel XIV maka diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 2.908 + 0.282 X_1 + 0.566 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui *interpretasinya* adalah sebagai berikut:

- a. Nilai $a =$ sebesar 2.908 yang merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Y belum dipengaruhi atau sama dengan Nol oleh variabel lainnya yaitu Variabel X_1 dan X_2 . Jika Variabel independen tidak ada maka Variabel Y tidak mengalami Perubahan.
- b. Nilai $\beta_1 X_1 =$ sebesar 0.282 menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Y yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel X_1 maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0.282 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian.
- c. Nilai $\beta_2 X_2 =$ sebesar 0.566 menunjukkan bahwa variabel X_2 mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Y berarti bahwa setiap kenaikan satuan Variabel X_2 maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0.566 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut adalah hasil nilai Koefisien Determinasi:

Tabel XV**Tabel Uji Koefisien Determinasi (R²)**

Model	R	R ² Square	Adjusted R ² Square
1	0.731 ^a	0.535	0.525

Sumber: Data hasil peneliti

Interpretasi:

Berdasarkan tabel XV dipengaruhi nilai R² Square (R²) sebesar 0,535. Jadi, kesimpulan besarnya pada pengaruh Variabel X₁ dan X₂ terhadap variabel Y sebesar 0,535 serta sisanya dapat dipengaruhi oleh Variabel lainnya.

9. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Dasar pengambilan keputusan pada uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikan < 0,05
- 2) Nilai T_{Hitung} > nilai T_{Tabel}.

Berikut merupakan hasil analisis uji t yang dilakukan menggunakan program *software SPSS 22*.

Tabel XVI**Hasil Analisis uji t**

Model	T _{Hitung}	T _{Tabel}	Sig.
Duta Merek	7.387	1.984	,000 ^b
Kepercayaan	9.824	1.984	,000 ^b

Sumber: Data hasil peneliti

Interpretasi:

- 1) Pengaruh variabel X₁ terhadap variabel Y: Berdasarkan tabel 4.15, yaitu hasil uji t (Parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel X₁ terhadap variabel Y adalah 0,000 < 0,05.

Dan nilai $T_{Hitung} 7.387 >$ nilai $T_{Tabel} 1.984$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y secara signifikan.

- 2) Pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y : berdasarkan Tabel 4.15, yaitu hasil uji t (Parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel X_2 terhadap variabel Y adalah $0,000 < 0,05$. Dan nilai $T_{Hitung} 9.824 >$ nilai $T_{Tabel} 1.984$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y secara signifikan.

b. Uji F (Simultan)

Dasar pengambilan keputusan pada uji F yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika Nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika Nilai $F_{Hitung} >$ nilai F_{Tabel} , maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Berikut merupakan hasil analisis uji F yang dilakukan menggunakan program *software SPSS 22*.

Tabel XVII

Hasil Analisis uji F

Model	F_{Hitung}	F_{Tabel}	Sig.
Regression	55.781	3.09	.000 ^b

Sumber: Data hasil peneliti

Interpretasi:

- 1) Nilai *Sig.* bernilai $0,000 < 0,05$, artinya variabel X_1 dan X_2 secara signifikan memiliki pengaruh terhadap variabel Y

- 2) Nilai F_{Hitung} sebesar 55.781 dan F_{Tabel} sebesar 3,09, jadi $F_{Hitung} > F_{Tabel}$, artinya variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel Y.

B. Analisis Data

1. Pengaruh Duta Merek terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening

Pengaruh secara parsial maksudnya adalah pengaruh dari duta merek terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel duta merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang menunjukkan bahwa variabel duta merek memiliki T_{Hitung} senilai 7.387 > T_{Tabel} senilai 1,984, dengan nilai sig. variabel duta merek sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti duta merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji statistic, hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan duta merek memiliki arah koefisien regresi positif terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar yang artinya jika duta merek mengalami peningkatan sebesar 0,282 satu-satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,282. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori Doucett yaitu duta merek adalah seseorang yang mempunyai passion terhadap brand yang memiliki kemauan dalam mengenalkan suatu produk dan juga mampu memberikan informasi mengenai brand yang dibawakannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Sagia (2018) bahwa duta merek

yang dapat mewakili produk adalah mereka yang memiliki tingkat kepopuleran yang tinggi dan citra yang positif, semakin baik citra selebriti maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Duta merek memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan keputusan konsumen untuk menjadikan Scarlett Whitening sebagai produk yang tepercaya.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening

Pengaruh secara parsial maksudnya adalah pengaruh dari kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki T_{Hitung} senilai 9.824 > T_{Tabel} senilai 1,984, dengan nilai sig. variabel kepercayaan sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji statistic, hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan kepercayaan memiliki arah koefisien regresi positif terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar yang artinya jika kepercayaan mengalami peningkatan sebesar 0,566 satu-satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,566. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori Siagian dan Cahyono kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditunjukkan kepada pihak lainnya, dengan demikian kepercayaan konsumen bahwa penyedia jasa bisa

dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Hal ini juga sejalan dengan teori Aribowo dan Nugroho yang berpendapat bahwa kepercayaan dari pihak tertentu dengan pihak lain yang bersangkutan dalam melakukan hubungan transaksi didasarkan pada suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayai akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai dengan yang diharapkan.

3. Pengaruh Duta Merek dan kepercayaan terhadap terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel duta merek dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F yang dapat diketahui nilai signifikansinya untuk variabel duta merek dan kepercayaan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar $0,000 < 0,05$. Dan untuk $F_{Hitung} 55,781 > \text{nilai } F_{Tabel} 3,09$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_1 Diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel duta merek dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian produk Scarlett Whitening.

