

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif dan terdiri dari data primer. Sumber data primer merupakan sumber data yang di dapatkan langsung dari orang pertama yang memberikan informasi atau langsung terhadap subjek penelitian. penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan pada populasi atau sampel bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.¹ Sugiyono mengungkapkan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.²

Penelitian ini akan menggunakan sumber data primer dalam pengumpulan datanya. Prosedur pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah melalui penyebaran kuesioner dengan cara menggunakan *google form* dengan link, dan mengirimkan link kepada responden untuk memperoleh data mengenai empat dimensi dari variabel *Islamic Branding* (IS), tiga dimensi dari variabel *Life style* (LS) dan enam dimensi dari variabel keputusan membeli, serta 9 indikator dari variabel *Islamic Branding* (IS), 8

¹ Dr.Amir Hamzah, M.A. *Metode Penelitian Kuantitatif:Cv Literasi Nusantara Abadi.*, 2020.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta*, 2018.

indikator dari variabel *Life style* (LS) dan 15 indikator dari variabel *Attitude*, kemudian peneliti menutup akses *google form* sehingga formulir tersebut secara otomatis menutup akses responden untuk menjawab pertanyaan, serta semua pertanyaan sudah dipastikan terjawab oleh responden. Apabila dalam pengisian angket oleh responden terdapat kesalahan atau terdapat data yang kurang lengkap, maka angket secara otomatis kembali ke halaman tersebut untuk melengkapinya.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di toko-toko skinker yang memiliki *Brand Ambassador* Wardah yang berlokasi di kota Bengkulu seperti El-Jhon, New Khatulistiwa, Dianca good, Face Id, Hawa, Matahari, Hypermart, Miss Glam, dan Para *Brand Ambassador* yang ada di media sosia atau sering kita sebut *Selebgram*.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan elemen yang akan diteliti menurut Cooper & Schindler.³ Serupa dengan Arikunto yang mengatakan bahwa populasi adalah

³ P. S. Cooper, D. R., & Schindler, *Bussiners Research Method Internasional Edition*. McGraw- Hill, 2003.

keseluruhan subjek penelitian.⁴. Menurut Arikunto Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti, Apabila jumlah responden kurang dari 100, maka sampel diambil semua, sehingga dapat dikatakan penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 32 *Brand Ambassador* perempuan sebagai responden. BA Di Kota Bengkulu yang berasal dari berbagai macam daerah baik itu daerah perkotaan, pedesaan ataupun daerah pegunungan.

Jumlah *Brand Ambassador* skinker yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini berasal dari berbagai toko skinker yang ada di kota Bengkulu, ada 32 populasi dan dari 32 populasi tersebut di ambil semuanya maka teknik pengambilan data di sebut dengan sampel jenuh

Tabel 3.1 Jumlah Populasi Penelitian

No.	Toko skinker	Jumlah BA
1	Dianca Good	9
2	El jhon	2
3	New Khatulistiwa	6
4	Face Id	2
5	Halwa	3

⁴ Arikunto and Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2012, KELIMABELA.

6	Matahari	3
7	Selebgram	4
8	Hypermart	2
9	Miss glam	2
Jumlah		32

Sumber : Data prasurvey peneliti

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data pada penelitian ini yaitu melibatkan data primer dan data sekunder.

1. Data primer, adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti. Misalnya jika produsen air minum dalam kemasan (AMDK) ingin mengetahui rata-rata konsumsi air mineral bagi penduduk suatu daerah, mereka dapat langsung melakukan wawancara dengan penduduk di daerah bersangkutan.
2. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data semacam ini sudah dikumpulkan pihak lain untuk tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik. Sebagai contoh, perusahaan memperoleh data perkembangan harga saham

dari www.idx.co.id, perkembangan tingkat bagi hasil dari laporan pasar modal syariah, bank syariah yang menempati posisi top of mind di Indonesia didapatkan dari majalah Modal dan seterusnya.⁵

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Independen

a. *Islamic Branding* (X1) : *Islamic Branding* (IB) dapat dimaknai sebagai penggunaan nama-nama yang berkaitan dengan Islam atau menunjukkan identitas ke Islaman untuk sebuah produk. *Islamic branding* (IB) adalah merek produk memiliki nilai positif pada kepercayaan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi makanan berlabel halal.⁶

b. *Life Style* (X2) : gaya hidup (*life style*) membantu mendefinisikan mengenai sikap, nilai-nilai, kekayaan, serta posisi sosial seseorang. Dalam masyarakat modern istilah ini mengkonotasikan individualisme, ekspresi diri, serta kesadaran diri untuk bergaya. Tubuh, busana, cara bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, bahkan pilihan sumber informasi, dan seterusnya dipandang sebagai indikator dari individualistis selera, serta rasa gaya dari seseorang.⁷

⁵ Suryani hendryady, *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen ekonomi islam*, Edisi 2 (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h.171

⁶ Afrianty.

⁷ Jensen.

2. Variabel Dependen

- a. *Attitude* (Y) : *Attitude* adalah sikap, perilaku, atau tingkah laku seseorang dalam melakukan interaksi dengan orang lain yang di sertai dengan kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap tersebut sikap atau moral yang penting untuk menarik konsumen lalu mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian melalui berbagai tahapan dan tingkat kemungkinan hingga dengan kemampuan untuk membeli produk, jasa atau merek tertentu.⁸

Islamic Branding dan *Life Style* dapat mempengaruhi *Attitude Brand Ambassador*. *Islamic Branding* dapat mempengaruhi perilaku para *Brand Ambassador* karena *image* dari *Islamic* itu sendiri. *Life style*, di sisi lain dapat mempengaruhi perilaku para *Brand Ambassador* dengan melihat dari gaya hidup mereka bahkan dari cara mereka berpakaian dan mereka sangat mengikuti jaman, sehingga dapat mempengaruhi *Attitude* atau etika *Brand Ambassador*.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Menurut Sugiyono kegiatan dalam analisis

⁸ Montano and Kasprzyk.

data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, meyajikan data tiap variabel yang di teliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah di ajukan. Di dalam penelitian ini alat teknik analsis data yang di gunakan adalah sebagai berikut analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang di gunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan.⁹

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Islamic Branding* (IB) dan *Life Style* (LS) terhadap *attitude Brand Ambassador* skinker merk Wardah dengan bantuan *SPSS for Windows*. Analisis statistik deskriptif ini berfungsi untuk mengetahui nilai kecenderungan data hasil penulisan dengan menguraikan atau menjabarkan data-data variabel penelitian seperti mean, median, range, dan

⁹ Clara Yosani, 'Teknik Analisis Kuantitatif', *Makalah Teknik Analisis II*, 2006, 1–7.

standar deviasi. Adapun pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Dalam buku Soegiyono, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena seseorang.¹⁰ Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata pada tabel berikut.

Demikian alternative jawaban responden yang peneliti gunakan yaitu menggunakan alternative jawaban skala likert sebagaimana terdapat pada tabel 3.2 berikut :

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
KS (Kurang Setuju)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4

¹⁰ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D', (Bandung: Alfabeta, CV,), h. 158', 2017.

STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5
---------------------------	---	---

Instrumen yang menggunakan skala likert dibuat dalam bentuk checklist dan pilihan ganda.

1. Uji Instrumen Penelitian

Semua instrumen (baik yang tes maupun non tes) harus memiliki dua syarat yaitu Valid dan reliabel. Valid berarti instrumen secara akurat mengukur objek yang harus diukur. Reliabel berarti hasil pengukuran konsisten dari waktu ke waktu. Untuk memperoleh instrument yang valid dan reliable adalah dengan melakukan ujicoba di lapangan sebelum menyebarkan instrument kepada responden.¹¹

Menurut Sugiyono uji coba instrumen dilakukan untuk menguji alat ukur yang digunakan apakah valid dan reliabel. Karena dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Oleh karena itu, dalam penelitian ini uji coba angket perlu dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas isi dari angket tersebut. Selain itu uji coba juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat item-item pertanyaan yang mengandung jawaban yang kurang objektif, kurang jelas ataupun membingungkan.¹²

¹¹ M.Pd Hamni Fadlilah Nasution, 'Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif', *News.Ge*, 4.1 (20189), <https://news.ge/anakliis-porti-aris-qveynis-momava>.

¹² Muhammad Makbul, 'Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian', 2021.

2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner, menurut Sugiyono validitas merupakan suatu derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.¹³ Pada penelitian ini uji validitas instrument dilakukan dengan cara membandingkan indeks korelasi *product moment pearson* dengan *level of significant* 5% terhadap nilai korelasinya. Apabila nilai signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0.05 maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid.¹⁴

3. Uji Realibilitas

Menurut Khairinal Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih berulang kali hasilnya tetap sama disebut reliabel. Sedangkan Menurut Sugiyono Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

¹³ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D', (Bandung: Alfabeta, CV,), h. 202', 2017.

¹⁴ Roberta Heale and Alison Twycross, 'Validity and Reliability in Quantitative Studies', *Evidence-Based Nursing*, 18.3 (2015), 66–67 <<https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>>.

Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama di lain tempat. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pendekatan yang digunakan untuk uji reliabilitas di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Apabila nilai *Alpha Cronbach* > 0.70 maka dapat dikatakan instrumen dikatakan reliabel.¹⁵ Arikunto menambahkan reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik.¹⁶

Uji reliabilitas ini di peruntukkan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah melewati uji validitas dimana pengujian validitas dan reliabilitas adalah untuk menyakinkan bahwa kuesioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid. Penggunaan pengujian reliabilitas adalah untuk menilai konsistensi pada objek dan data. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan bantuan *SPSS Release 26.0 for windows*.

¹⁵ Livia Amanda, Ferra Yanuar, and Dodi Devianto, 'Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang', *Jurnal Matematika UNAND*, 8.1 (2019), 179–88.

¹⁶ Arikunto Suharmi, 'Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik', Jakarta: Rineka Cipta, 2012, 172.

Indeks pengukuran reliabilitas angket menurut Khairinal yaitu:

1. Jika $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna.
2. Jika α antar 0.70-0.90 maka reliabilitas tinggi.
3. Jika α 0.50-0.70 maka reliabilitas moderat.
4. Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah.
5. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.¹⁷

D. Uji Prasyarat Analisis Regresi

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, gejala autokorelasi dan data berdistribusi normal. Model regresi akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) yakni tidak terdapat heteroskedastisitas, tidak terdapat multikolinearitas, tidak terdapat autokorelasi dan distribusi normal.¹⁸ Jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasnya standar error. Jika terdapat multikolinearitas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat

¹⁷ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Guepedia, 2021).

¹⁸ S.W.M. Sudrajat, 'Menenal Ekonometrika Pemula, (Bandung: CV. Armco, 1988), Hal. 164', 1988.

signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Dengan adanya autokorelasi mengakibatkan penaksir masih tetap bias dan masih tetap konsisten hanya saja menjadi tidak efisien.¹⁹ Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan dalam penelitian ini melalui pengujian-pengujian yang dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas skor yang ada. Mengingat kesederhanaan tersebut, maka pengujian kenormalan data sangat tergantung pada kemampuan mata dalam mencermati plotting data. Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak normal sempurna), maka kesimpulan yang ditarik berkemungkinan salah.²⁰ Uji normalitas diperlukan untuk melihat data dalam penelitian dapat dinyatakan normal atau tidak normal sedangkan yang dikehendaki adalah data normal. Uji normalitas suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data dari setiap variabel yang akan di analisis berdistribusi normal.²¹

Pada penelitian ini pengujian normalitas digunakan untuk menguji *Islamic Branding* (IB) sebagai

¹⁹ Darma.

²⁰ Agus Irianto, 'STATISTIK: Konsep Dasar, Aplikasi, Dan Pengembangannya. (Jakarta: Kencana.2010).Hal.22'.

²¹ Usmadi Usmadi, 'Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas)', *Inovasi Pendidikan*, 7.1 (2020).

X1 dan *Life Style* (LS) sebagai X2 dan Minat Beli Gamis Merek Nibras sebagai Y, Untuk mengetahui tiap variabel normal atau tidak, rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini yaitu rumus *kolmogorov smirnov* dengan aplikasi *SPSS version 20.0 for Windows* data dikatakan normal jika nilainya $> 0,05$ maka data terdistribusi normal dan sebaliknya.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance value* lebih tinggi dari pada 0,10 atau VIF lebih kecil daripada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.²² Dengan demikian maka uji multikolonieritas dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan korelasi antar variabel bebas baik *Islamic branding* ataupun *Life Style* semuanya bebas multikolonieritas.²³

²² Singgih Santoso, 'SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional, Edisi Ke-2, PT', *Elex Media Komputindo Gramedia Jakarta. Jakarta*, 2000.

²³ Johni Paul Karolus Pasaribu Effiyaldi and others, 'PENERAPAN UJI MULTIKOLINIERITAS DALAM PENELITIAN MANAJEMEN

3. Uji Homogenitas

Menurut Misbahuddin dan Hasan uji homogenitas adalah uji persyaratan analisis tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan uji statistik tertentu. Uji homogenitas ini dilakukan dengan Uji Homogenitas Variasi. Uji Homogenitas dilakukan untuk mengetahui data dalam variabel *Islamic branding* dan *life style* serta variabel minat beli bersifat homogen atau tidak. Untuk menguji homogenitas dilakukan dengan menggunakan *SPSS version 26.0 for Windows*. Pengambilan keputusan pada uji homogenitas ini yaitu:

- a. Jika nilai signifikasi (sig.) pada *Based on Mean* $> 0,05$ maka data memiliki varian yang homogen.
- b. Jika nilai signifikasi (sig.) pada *Based on Mean* $< 0,05$ maka data memiliki varian yang tidak homogen.²⁴

4. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terhadap hubungan yang linier antara variabel predictor dalam hal ini adalah variabel *Islamic branding* dan *life style* dengan variabel kriterium yaitu minat beli, dimana dalam

SUMBER DAYA MANUSIA', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan P-ISSN*, 2828 (2022), 1268.

²⁴ Rektor Sianturi, 'Uji Homogenitas Sebagai Syarat Pengujian Analisis', *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama*, 8.1 (2022), 386–97.

beberapa referensi dinyatakan bahwa Uji Linearitas merupakan syarat sebelum dilakukannya Uji Regresi Linear. Menurut Khairinal Uji linearitas adalah untuk uji semua variable X yang ada dalam model berhubungan secara kausal atau bukan kausal (korelasional) terhadap variabel Y dengan melalui suatu garis linear (lurus).

Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam regresi linier, bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antar variabel *Islamic branding* dan *life style* dengan variabel minat beli. Uji linearitas merupakan syarat atau asumsi sebelum dilakukannya analisis regresi linier berganda. Untuk menguji linearitas dilakukan dengan menggunakan SPSS version 26.0 for Windows.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut:

1. Membandingkan Nilai Signifikansi (Sig.) dengan 0,05 (5%)
 - b. Jika nilai Deviation from Linearity Sig. > 0,05 maka ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.

- c. Jika nilai Deviation from Linearity Sig.< 0,05 maka tidak ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependen.

2. Membandingkan Nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}

- a. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka ada hubungan yang linier secara signifikan anatar variabel independent dengan variabel dependent.
- b. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka tidak ada hubungan yang linier secara signifikan anatar variabel independent dengan variabel dependent

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *SPSS version 26.0 for Windows*.

Dasar pengambilan keputusan heteroskedastisitas menurut Ghozali adalah:

- 1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang,

melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorekasi ini timbul pada data yang bersifat *time series*. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Waston (D-W), dengan tingkat kepercayaan 5%. Apabila D-W terletak antara -2 sampai +2 maka tidak ada autokorelasi.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel

independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

a : Bilangan Konstanta

b₁ : Koefisien Regresi pertama

b₂ : Koefisien Regresi kedua

X₁ : Variabel independent pertama

X₂ : Variabel independent kedua

1. Uji Hipotesis Statistik

Menurut Sugiyono Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel *Islamic branding* dan *life style* dengan variabel minat beli apakah masing-masing variabel berpengaruh positif atau negatif sehingga hipotesis tersebut perlu di uji.

Sebagaimana telah dirumuskan pada bagian hipotesis penelitian yang terletak pada BAB II hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : *Islamic TBranding* (IB) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Brand Ambassador* Skinker Wardah Di Kota Bengkulu**
- H2 : *Life Style* (LS) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Brand Ambassador* Skinker Wardah Di Kota Bengkulu**
- H3 : *Islamic Branding* (IB) dan *Life Style* (LS) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Brand Ambassador* Skinker Wardah Di Kota Bengkulu**

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual atau parsial dalam menerangkan variasi variabel independen.²⁵ Dalam hal ini ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel *Islamic branding* dan *life style* secara individual atau parsial dalam menerangkan variabel minat beli terhadap baju gamis merek nibras. Langkah- langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

²⁵ Suparyanto dan Rosad, 'Manajemen Pemasaran Suparyanto Dan Rosad (2015, 5.3 (2020), 248–53', 2015.

- 1) Merumuskan hipotesis (H_a)
- 2) Menentukan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05.
- 3) Membandingkan t hitung dengan t tabel.

Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka H_a diterima. Berarti bahwa variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.

Rumus t hitung pada analisis regresi adalah sebagai berikut:

$$T_{\text{Hitung}} = \frac{\text{Standar Deviasi}}{\text{Koefisiens } i \text{ Regresi}}$$

- 4) Berdasarkan probabilitas H_a akan diterima jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 (α).
- 5) Menentukan variabel independen mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Hubungan ini dapat dilihat dari koefisien regresinya.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersamaan antara variabel-variabel independen *Islamic Branding* (IB) dan *Life Style* (LS)) terhadap variabel dependen (Minat Beli Gamis Merek Nibras). Pada penelitian ini uji F dicari dengan bantuan SPSS *release 26.0 for windows*.

Kriteria uji F adalah sebagai berikut: bila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dengan taraf signifikansi 5% (0,05) maka H_0 ditolak

dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi dapat menerangkan variabel terikat secara bersama-sama. Sebaliknya bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linear berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya.

2. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ini menunjukkan seberapa besarnya pengaruh variabel *Islamic branding* dan *life style* terhadap variabel minat beli yang dinyatakan dalam persen (%). Untuk menguji Koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan SPSS version 26.0 for Windows. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi semakin baik kemampuan variabel independen bisa menerangkan variabel dependen (Supriyadi, 2014).

Koefisien determinasi keseluruhan (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi yang diberikan oleh variabel *Islamic Branding* (IB) dan *Life Style* (LS) terhadap *Attitude Brand Ambassador Skinker Wardah Di Kota Bengkulu*