

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

Umama Scarf merupakan perusahaan yang bergerak sebagai salah satu *brand* hijab yang tersebar di Indonesia dengan mengeluarkan produk andalan berupa kerudung hijab motif dan paris. Tetapi sekarang Umama sudah memiliki banyak jenis produk seperti salah satunya busana muslimah.

Umama Gallery berdiri sejak tahun 2016 bermula dari bisnis jual beli produk hijab, di Bandung Pasar Baru, berkembang ke ranah produksi, kemudian membuka toko di Baltos, dan di Jakarta dan sekarang usaha retail ini sudah memiliki banyak cabang yang tersebar di wilayah Indonesia. Dan juga Umama memiliki 3 gerai super store yang tersebar di Pulau Jawa dan Sumatra.

#### **B. Karakteristik Responden**

Sebelum melakukan penulisan, peneliti akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan peneliti sebagai sampel yang diambil konsumen toko Umama Gallery Palembang. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 70 responden. Pertanyaan yang diajukan kepada responden mengenai *endorser*, *design*, dan keputusan pembelian. Dapat diperoleh karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan umur, tujuan dari

pengelompokkan responden yaitu untuk mengetahui dengan jelas karakteristik responden sebagai objek penelitian.

## 1. Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>JENIS KELAMIN</b> |           |           |         |               |                    |
|----------------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                      |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid                | Perempuan | 70        | 100,0   | 100,0         | 100,0              |

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS26.2023

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah karakteristik responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 orang (100%). Hal ini menunjukkan bahwa responden konsumen Umama Gallery Palembang di dominasi sebanyak 70 orang.

## 2. Usia

Berdasarkan hasil dari frekuensi jawaban responden berdasarkan karakteristik usia reesponden ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 2**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| <b>USIA</b> |       |           |         |               |                    |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|             |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid       | 17-24 | 33        | 47,1    | 47,1          | 47,1               |
|             | 25-34 | 23        | 32,9    | 32,9          | 80,0               |
|             | 35-44 | 13        | 18,6    | 18,6          | 98,6               |
|             | 45-55 | 1         | 1,4     | 1,4           | 100,0              |
|             | Total | 70        | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS26.2023

Tabel 4.2 menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yang memiliki frekuensi tertinggi yaitu usia 17-24 tahun dengan persentase 47,1%.

### C. Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan sesuatu instrumen. Uji validitas dapat dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) dan bernilai positif pada signifikan 5% maka data itu dapat dikatakan valid, dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka data tidak valid.<sup>60</sup> Item kuisioner dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan membandingkan nilai  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dengan alpha 0,05. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dalam penelitian yaitu sebesar  $70-2 = 68$ , dengan tingkat signifikan 5%,  $r_{tabel}$  pada penelitian ini adalah 0,2352

**Tabel 4. 3**

**Hasil Uji Validitas *Endorser* (X1)**

| No. | Item Pernyataan | Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ (a=5%) | Keterangan |
|-----|-----------------|--------------------------------------|--------------------|------------|
| 1.  | X1.1            | 0,617                                | 0,2352             | Valid      |
| 2.  | X1.2            | 0,723                                | 0,2352             | Valid      |
| 3.  | X1.3            | 0,695                                | 0,2352             | Valid      |
| 4.  | X1.4            | 0,803                                | 0,2352             | Valid      |
| 5.  | X1.5            | 0,731                                | 0,2352             | Valid      |

<sup>60</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS : Mudah Mengolah Data Dengan IBMSPSS Statistik 25*. (Yogyakarta : Deepublish, 2018).

|     |       |       |        |       |
|-----|-------|-------|--------|-------|
| 6.  | X1.6  | 0,617 | 0,2352 | Valid |
| 7.  | X1.7  | 0,550 | 0,2352 | Valid |
| 8.  | X1.8  | 0,413 | 0,2352 | Valid |
| 9.  | X1.9  | 0,542 | 0,2352 | Valid |
| 10. | X1.10 | 0,453 | 0,2352 | Valid |

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26.2023

Berdasarkan tabel 4.3 hasil validitas variabel *Endorser* (X1) menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,2352) sehingga dinyatakan valid.

**Tabel 4. 4**  
**Hasil Uji Validitas Design (X2)**

| No. | Item Pernyataan | Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ ( $\alpha=5\%$ ) | Keterangan |
|-----|-----------------|--------------------------------------|------------------------------|------------|
| 1.  | X2.1            | 0,727                                | 0,2352                       | Valid      |
| 2.  | X2.2            | 0,735                                | 0,2352                       | Valid      |
| 3.  | X2.3            | 0,597                                | 0,2352                       | Valid      |
| 4.  | X2.4            | 0,586                                | 0,2352                       | Valid      |
| 5.  | X2.5            | 0,787                                | 0,2352                       | Valid      |
| 6.  | X2.6            | 0,525                                | 0,2352                       | Valid      |
| 7.  | X2.7            | 0,473                                | 0,2352                       | Valid      |
| 8.  | X2.8            | 0,539                                | 0,2352                       | Valid      |

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26.2023

Berdasarkan tabel pada 4.4 hasil validitas variabel *Design* (X2) menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,2352) sehingga dinyatakan valid

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

| No. | Item Pernyataan | Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ ( $\alpha=5\%$ ) | Keterangan |
|-----|-----------------|--------------------------------------|------------------------------|------------|
| 1.  | Y1              | 0,686                                | 0,2352                       | Valid      |
| 2.  | Y2              | 0,706                                | 0,2352                       | Valid      |
| 3.  | Y3              | 0,476                                | 0,2352                       | Valid      |
| 4.  | Y4              | 0,744                                | 0,2352                       | Valid      |
| 5.  | Y5              | 0,357                                | 0,2352                       | Valid      |
| 6.  | Y6              | 0,434                                | 0,2352                       | Valid      |
| 7.  | Y7              | 0,412                                | 0,2352                       | Valid      |
| 8.  | Y8              | 0,493                                | 0,2352                       | Valid      |
| 9.  | Y9              | 0,675                                | 0,2352                       | Valid      |
| 10. | Y10             | 0,622                                | 0,2352                       | Valid      |

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 hasil validitas variabel keputusan pembelian (Y) menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,2352) sehingga dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan koefisien alpha dari *cronbach alpha*. Instrumen untuk pengukuran setiap variabel dikaitkan reliabel jika *cronchbach alpha* > 0,60.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 17, Catatan Kelima* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| <b>Variabel</b>     | <b><i>Cronbach Alpha</i></b> | <b>Nilai Alpha</b> | <b>Keterangan</b> |
|---------------------|------------------------------|--------------------|-------------------|
| <i>Endorser</i>     | 0,810                        | 0,60               | Reliabel          |
| <i>Design</i>       | 0,773                        | 0,60               | Reliabel          |
| Keputusan Pembelian | 0,745                        | 0,60               | Reliabel          |

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26. 2023

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji realibilitas diatas bahwa dari masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0,60, dengan demikian variabel *endorser*, *design*, keputusan pembelian dapat dikatakan reliabel.

#### **D. Hasil Analisis Data**

##### **1. Uji Asumsi Klasik**

###### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal dan layak digunakan. Penelitian ini menggunakan data dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov, dengan mengambil taraf singkatan 5%. Data berdistribusi jika sig > 0,05 dan sebaliknya jika sig < 0,05 maka data tidak normal.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup>Singgih Santoso, *Aplikasi SPSS Pada Statistik Parametrik* (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2012).

**Tabel 4. 7**

**Uji Normalitas**

| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |                |                         |
|---|----------------|-------------------------|
|   |                | Unstandardized Residual |
| N   |                | 70                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>          | Mean           | ,0000000                |
|   | Std. Deviation | 2,34388308              |
| Most Extreme Differences                  | Absolute       | ,076                    |
|   | Positive       | ,076                    |
|   | Negative       | -,064                   |
| Test Statistic                            |                | ,076                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                    |                | ,200 <sup>c,d</sup>     |

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui nilai signifikan *Asymp. Sig* (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas sudah terpenuhi.

**b. Uji Linearitas**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Jika nilai *deviation from linearity Sig*  $> 0,05$  maka ada hubungan linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen<sup>63</sup>.

---

<sup>63</sup> Website SPSS Indonesia, "Cara Melakukan Uji Linearitas dengan Program SPSS", last modified 2014, <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-denganprogram-spss>, diakses tanggal 14 Mei 2023

**Tabel 4. 8****Uji Linearitas**

|                                |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig. |
|--------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Keputusan Pembelian * Endorser | Between Groups | (Combined)               | 203,644        | 15 | 13,576      | 1,469 | ,151 |
|                                |                | Linearity                | 70,403         | 1  | 70,403      | 7,616 | ,008 |
|                                |                | Deviation from Linearity | 133,241        | 14 | 9,517       | 1,030 | ,440 |
|                                | Within Groups  |                          | 499,156        | 54 | 9,244       |       |      |
|                                | Total          |                          | 702,800        | 69 |             |       |      |

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26, 2023

**Tabel 4. 9****Uji Linearitas**

|                              |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig. |
|------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Keputusan Pembelian * Design | Between Groups | (Combined)               | 394,219        | 12 | 32,852      | 6,068  | ,000 |
|                              |                | Linearity                | 322,961        | 1  | 322,961     | 59,656 | ,000 |
|                              |                | Deviation from Linearity | 71,258         | 11 | 6,478       | 1,197  | ,310 |
|                              | Within Groups  |                          | 308,581        | 57 | 5,414       |        |      |
|                              | Total          |                          | 702,800        | 69 |             |        |      |

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26. 2023

Berdasarkan uji linearitas pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai sig deviation from linearity sebesar  $0,440 > 0,05$ . Kemudian berdasarkan hasil uji linearity pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai sig *deviation from linearity* sebesar  $0,310 > 0,05$ . Jadi bahwasanya data yang digunakan dapat dijelaskan oleh regresi linear dengan cukup baik untuk kedua variabel tersebut yaitu *Endorser* dan *Design* karena nilai sig deviation from linearity lebih besar dari 0,05



**c. Uji Multikolineritas**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada toleransi antar variabel independen pada model regresi. Jika terdapat hubungan signifikan maka dapat dikatakan pada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Pengujian multikolineritas dilakukan dengan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Multikolineritas pada suatu model dapat dilihat jika nilai VIF < dan nilai Tolerance > 0,10.

**Tabel 4. 10**

**Uji Multikolineritas**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  | Collinearity Statistics |      |       |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|------|-------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       | Tolerance               | VIF  |       |
| 1     | (Constant)                  | 14,522     | 3,989                     |      | 3,641 | ,001                    |      |       |
|       | Endorser                    | ,033       | ,088                      | ,036 | ,368  | ,714                    | ,821 | 1,218 |
|       | Design                      | ,749       | ,112                      | ,662 | 6,691 | ,000                    | ,821 | 1,218 |

a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Sumber : diolah menggunakan SPSS26, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa nilai VIF seluruh variabel independen < 10 dan nilai tolerance > 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa anantara variabel independen tidak terjadi multikolineritas.

**d. Uji Heterokedastisitas**

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terdapat penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yang

berupa ketidaksamaan varian dari residual pengamatan pada model regresi. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode *glejser* serta melihat grafik plot untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikan  $> 0,05$  dan tidak ada pola tertentu serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

**Tabel 4. 11**

**Uji Heterokedastisitas**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | 2,903                       | 2,310      |                           | 1,257  | ,213 |
|       | Endorser   | -,075                       | ,051       | -,195                     | -1,474 | ,145 |
|       | Design     | ,059                        | ,065       | ,122                      | ,918   | ,362 |

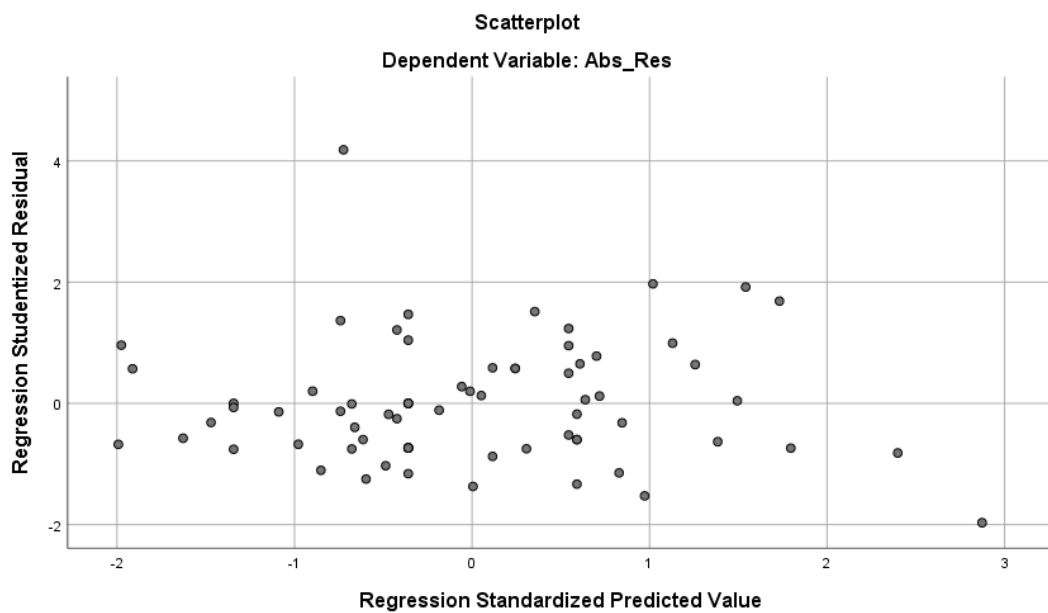
a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26. 2023

Berdasarkan table 4.11 dapat dilihat bahwa sig *endorser* dan *design*  $> 0,05$  maka uji heteroskedastisitas pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Grafik 4.1**  
**Grafik Scatterplot 1**

**Scatterplot**  
**Dependent Variable : Keputusan Pembelian**



Sumber : diolah menggunakan SPSS26, 2023

Berdasarkan grafik 4.1 dapat dilihat bahwa tidak ada pola tertentu serta titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka uji heterokedastisitas pada model scatterplot yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

## **2. Analisis Linear Berganda**

Analisis uji regresi berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen *endorser* dan *design* terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

**Tabel 4. 12**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |      |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |      |
| 1     | (Constant)                  | 14,522     | 3,989                     |      | 3,641 | ,001 |
|       | Endorser                    | ,033       | ,088                      | ,036 | ,368  | ,714 |
|       | Design                      | ,749       | ,112                      | ,662 | 6,691 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26. 2023

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diuraikan persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :

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

$$Y = 14,522 + 0,033 + 0,749 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (*a*) memiliki nilai positif sebesar 14,522. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi *endorser* (*X1*) dan *design* (*X2*) bernilai 0 persen, maka nilai keputusan pembelian sebesar 14,522.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel *endorser* (*X1*) memiliki positif sebesar 0,033 yang berarti *endorser* mengalami kenaikan sebesar 1% maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,033 (0,3%) dengan asumsi variabel independen

lainnya dianggap konstanta. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen.

- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel *design* ( $X_2$ ) memiliki nilai positif sebesar 0,749 yang berarti *design* mengalami kenaikan sebesar 1% maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,749 (74,9) dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstanta. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen. Yang berarti semakin bagus design suatu produk maka semakin menarik minat konsumen.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka hipotesis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Diketahui  $df = n - k - 1$  atau  $70 - 2 - 1 = 67$  (n adalah sampel dan k adalah jumlah variabel independen) maka dapat diperoleh  $t_{tabel} 1,996$ .

**Tabel 4. 13**

**Uji Parsial (Uji t)**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T    | Sig.  |      |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |      |
| 1     | (Constant)                  | 14,522     | 3,989                     |      | 3,641 | ,001 |
|       | Endorser                    | ,033       | ,088                      | ,036 | ,368  | ,714 |
|       | Design                      | ,749       | ,112                      | ,662 | 6,691 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26, 2023

Berdasarkan tabel 4.13, maka dapat dijelaskan masing-masing pengaruh variabel *endorser* dan *design* terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko busana muslimah Umama Gallery Palembang sebagai berikut :

- 1) Pengaruh variabel endorser (X1) terhadap keputusan pembelian produk Umama Gallery Palembang berdasarkan tabel 4.13 diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel endorser (X1) sebesar 0,368 hal ini berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,368 < 1,996$ ) dengan signifikansi  $0,714 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa endorser tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk busana muslimah di Umama Gallery Palembang.
- 2) Pengaruh variabel design (X2) terhadap keputusan pembelian produk Umama Gallery Palembang berdasarkan tabel 4.13 diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel design (X2)

sebesar 6,691 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,691 > 1,996$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa design berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk busana muslimah di Umama Gallery Palembang.

#### b. Uji F

Uji f bertujuan mengetahui apakah variable independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependen (Y).  $H_0$  akan ditolak jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  artinya antara variable independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependen (Y). Diketahui :

$df = K; (n - k)$  (k adalah jumlah variable dan n adalah jumlah sampel)

$df = 2 ; (70 - 2)$

$= df$  ke 2 ; (68) maka  $f_{tabel}$  sebesar 3,13

**Tabel 4. 14**

#### Uji Simultan (Uji F)

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 323,729        | 2  | 161,864     | 28,609 | ,000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 379,071        | 67 | 5,658       |        |                   |
|                    | Total      | 702,800        | 69 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Design, Endorser

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26.2023

Berdasarkan dari tabel 4.14 diperoleh nilai  $f_{hitung}$  28,609 >

$f_{tabel}$  3,13 dan signifikansi 0,000 maka  $H_0$  ditolak, dapat

disimpulkan bahwa *endorser* dan *design* secara simultan

berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk muslimah di Umama Gallery Palembang.

**c. Uji R ( Koefisien Determinasi)**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diajukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variable independen secara bersama-sama terhadap variable dependen.

**Tabel 4. 15**

**Uji R2 (Koefisien determinasi)**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | ,679 <sup>a</sup> | ,461     | ,445              | 2,379                      |

a. Predictors: (Constant), Design, Endorser

b. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

Sumber : Diolah menggunakan SPSS26.2023

Berdasarkan tabel 4.15 pada kolom *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa persentase sumbangan (pengaruh) variable independen keputusan pembelian sebesar 44,5% atau variasi variable independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan 44,5% variasi variable dependen. Sedangkan sisanya (100%-44,5%) yaitu sebesar 55,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam metode penelitian ini.



## **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Pengaruh *Endorser* (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslimah Di Umama Gallery Palembang.**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh pada penelitian ini, menghasilkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,368 < 1,668$ ) dengan nilai  $0,714 > 0,05$  maka  $H_1$  ditolak. Jadi, *Endorser* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslimah Di Umama Gallery Palembang.

Jika dilihat dari perilaku konsumen, *endorser* mengacu kepada kegiatan promosi yang dimana dapat memberikan gambaran secara rinci mengenai produk-produk muslimah tersedia di Umama Gallery Palembang kepada pelanggan. Menurut perspektif ini *endorser* merupakan tindakan pembelian konsumen secara langsung yang merupakan hasil dari kekuatan lingkungan, seperti sarana promosi penjualan.<sup>64</sup> Seorang *endorser* memiliki kemampuan menarik perhatian dan minat konsumen agar mengenal dan mengetahui suatu produk sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

Dalam hal ini terdapat fakta di lapangan yang menunjukkan bahwa *Endorser* tidak cukup mempengaruhi keputusan pembelian karena tertutupi oleh faktor variabel lainnya seperti *design*. Sebenarnya Umama

---

<sup>64</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, 'Perilaku Konsumen', Edisi Ke 5 (Jakarta : Erlangga, 2002).

Gallery sudah melakukan kegiatan *endorser* dengan menggunakan jasa sosial media dan mengetahui cara kerja *endorser* serta pelaku *endorser* yang bekerja sama tidak terlalu terkenal di masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budi Setiawan dan Celia Celistia Rabuani<sup>65</sup> yang menyatakan bahwa *endorser* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

## **2. Pengaruh *Design* (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslimah Di Umama Gallery Palembang.**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah ada dapat disimpulkan bahwa *design* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini ditunjukkan dari uji nilai t hitung untuk variabel *design* (X1) sebesar 6,691 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,691 > 1,668$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel *design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslimah Umama Gallery Palembang. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima.

Dalam hal ini perilaku konsumen, *design* sangat penting dalam keputusan pembelian karena dengan *design* yang menarik membuat konsumen tertarik dan minat untuk melakukan pembelian di toko Umama Gallery. sesuai dengan teori perilaku konsumen pengklasifikasian berdasarkan perspektif pengalaman pada perilaku konsumen menyatakan

---

<sup>65</sup> Budi Setiawan and Celia Celesta Rabuani, 'Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian', *Riset*, 1.1 (2019), 001–015

bahwa pembelian akan dilakukan karena dorongan hati dan mencari variasi.<sup>66</sup> Suatu perusahaan hendaklah menciptakan suatu desain yang menarik dan berbeda dengan produk pesaing yang sejenis. Semakin bagus desain yang menarik dan berbeda akan sangat mudah diterima konsumen dan desain tersebut akan menjadi ciri khas akan produk yang di produksi<sup>67</sup> Dalam hal ini Umama Gallery selalu berusaha memperbarui dan *up to date* design yang menarik.

Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan Ciceu Niar<sup>68</sup> yang menyatakan *design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **3. Pengaruh *Endorser* dan *Design* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslimah Di Umama Gallery Palembang.**

Berdasarkan uji perhitungan diperoleh nilai  $f_{hitung} 28,609 > f_{tabel} 3,13$  dan signifikansi 0,000, maka secara simultan (bersama-sama) variabel independen yaitu *endorser* dan *design* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk muslimah di Umama Gallery Palembang. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_a$ ) diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa *Endorser* dan *Design* merupakan faktor dan strategi yang berguna sehingga dapat menarik minat

---

<sup>66</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, 'Perilaku Konsumen', Edisi Ke 5 (Jakarta : Erlangga, 2002).

<sup>67</sup> Sunarto, 'Manajemen Pemasaran 2 Seri Prinsip-Prinsip Pemasaran' (Yogyakarta : UST Press Yogyakarta, 2006)..

<sup>68</sup> Ciceu Niar, 'Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora', *Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 3 No. (2019).

konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Sehingga dengan ini membuat para konsumen menjadi yakin dan percaya untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Sofiana, Febrina Hambalah, Yanda Bara Kusuma menyatakan *endorser* berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian, Ciceu Niar yang menyatakan bahwa *design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.