

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Karakteristik Responden**

Masalah pada penelitian ini ditekankan untuk mengetahui pengaruh lokasi, gaya hidup, *celebrity endorsement* dan *brand imaget* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cilupbah Shop Jl. Jendral Sudirman 20 Ilir D Iii, Kec. Ilir Timur. 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan, sedangkan teknik sample yang gunakan adalah *nonprobability* dengan menggunakan metode *purposive sampling* sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik sampling menurut rumus Hair dengan jumlah sampel sebanyak 90 orang responden. Jumlah kuisisioner yang disebarakan sebanyak sebanyak 90 eksamplar dan semua kuisisioner kembali kepada peneliti dan semuanya telah diisi dengan baik dan sesuai petunjuk pengisian oleh responden. Selanjutnya profil responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, status pekerjaan dan pendapatan perbulan. Salah satu tujuan dari pengelompokan responden adalah untuk mengetahui rincian profil adalah untuk mengetahui rincian profil responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuisisioner dapat disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		JenisKelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	42	46.7	46.7	46.7
	Perempuan	48	53.3	53.3	100.0
Total		90	100.0	100.0	

*Sumber data : data yang diolah dg SPSS 2021*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas menjelaskan bahwa jenis kelamin yang tersebar dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 42 orang atau 46.7 %, sedangkan laki-laki sebanyak 48 atau 53.3 %. Berdasarkan hasil dalam tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki.

Kemudian akan disajikan karakteristik responden berdasarkan usia responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-18 Tahun	24	26.7	26.7	26.7
	19-21 Tahun	42	46.7	46.7	73.3
	22-25 Tahun	24	26.7	26.7	100.0
Total		90	100.0	100.0	

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 2021*

Bersadarkan keterangan tabel 4.2 menjelaskan bahwa usia yang tersebar dalam penelitian ini adalah usia 16-18 tahun yakni sebanyak 24 orang atau sebanyak 26.7%, kemudian yang berusia 19-21 tahun sebanyak 42 orang atau 46.7% dan yang berusia 22-25 tahun sebanyak 26 orang atau 26.7%. Bersdarkan

hasil dalam tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa dalam ini responden terbanyak adalah responden yang berusia 19-21 tahun sebanyak 42 atau 46.7%.

Kemudian selanjutnya akan dijelaskan karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan**

		StatusPekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Bekerja	41	45.6	45.6	45.6
	Bekerja	49	54.4	54.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 2021*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 menjelaskan bahwa berdasarkan penelitian ini didapat status pekerjaan dimana responden yang belum bekerja sebanyak 41 orang atau 45.6% dan responden yang bekerja sebanyak 49 orang atau 54.4%. berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan responden berdasarkan karakteristik status pekerjaan yang terbanyak adalah responden yang bekerja.

Kemudian akan disajikan karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

		Penghasilanperbulan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 jt	25	27.8	27.8	27.8
	1 jt-3jt	45	50.0	50.0	77.8
	> 3 jt	20	22.2	22.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 2021*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 di atas dapat menjelaskan karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan didapat responden yang memiliki pendapatan sebesar <1 jt sebanyak 25 orang atau 27.8% sedangkan responden dengan pendapatan sebesar 1jt-3jt adalah sebanyak 45 orang atau 50% dan responden yang memiliki pendapatan sebesar >3jt adalah sebanyak 20 orang atau 22.2%. Berdasarkan tabel di atas didapat bahwa responden terbanyak adalah responden yang memiliki pendapatan 1jt-3jt.

## B. Uji instrument Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukuran mampu mengukur apa yang akan diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* ( $R_{hitung}$ ) dari  $R_{tabel}$  yaitu sebesar: 0.2072.

Berdasarkan pengujian validitas pada variable lokasi ( $X_1$ ). Dan hasil yang didapat dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Lokasi ( $X_1$ )**

No	Keterangan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Hasil
1	Lokasi (X1.1)	0.925	0.2072	Valid
2	Lokasi (X1.2)	0.927	0.2072	Valid
3	Lokasi (X1.3)	0.879	0.2072	Valid
4	Lokasi (X1.4)	0.916	0.2072	Valid
5	Lokasi (X1.5)	0.854	0.2072	Valid
6	Lokasi (X1.6)	0.865	0.2072	Valid
7	Lokasi (X1.7)	0.916	0.2072	Valid
8	Lokasi (X1.8)	0.771	0.2072	Valid
9	Lokasi (X1.9)	0.879	0.2072	Valid
10	Lokasi (X1.10)	0.829	0.2072	Valid

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 20121*

Berdasarkan tabel 4.5 di atas yang menjelaskan hasil pengolahan data variabel lokasi ( $X_1$ ) dengan menggunakan SPSS versi 22.0 *for Windows*. Menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* ( $R_{hitung}$ ) pada variabel lokasi ( $X_1$ ) memiliki nilai yang lebih besar dari  $R_{tabel}$ , yang artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam menganalisis berikutnya.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Gaya Hidup ( $X_2$ )**

No	Keterangan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Hasil
1	Gaya Hidup (X2.1)	0.725	0.2072	Valid
2	Gaya Hidup (X2.2)	0.755	0.2072	Valid
3	Gaya Hidup (X2.3)	0.777	0.2072	Valid
4	Gaya Hidup (X2.4)	0.744	0.2072	Valid
5	Gaya Hidup (X2.5)	0.735	0.2072	Valid
6	Gaya Hidup (X2.6)	0.721	0.2072	Valid

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS*

Berdasarkan tabel 4.6 di atas yang menjelaskan hasil pengolahan data variabel lokasi ( $X_2$ ) dengan menggunakan SPSS versi 22.0 *for Windows*. Menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* ( $R_{hitung}$ ) pada variabel Gaya Hidup ( $X_2$ ) memiliki nilai yang lebih besar dari  $R_{tabel}$ , yang artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam menganalisis berikutnya.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas *Celebrity Endorsemen* (X<sub>3</sub>)**

No	Keterangan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Hasil
1	<i>Celebrity Endorsemen</i> (X3.1)	0.682	0.2072	Valid
2	<i>Celebrity Endorsemen</i> (X3.2)	0.559	0.2072	Valid
3	<i>Celebrity Endorsemen</i> (X3.3)	0.818	0.2072	Valid
4	<i>Celebrity Endorsemen</i> (X3.4)	0.800	0.2072	Valid
5	<i>Celebrity Endorsemen</i> (X3.5)	0.782	0.2072	Valid
6	<i>Celebrity Endorsemen</i> (X3.6)	0.669	0.2072	Valid

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 2021*

Berdasarkan tabel 4.7 di atas yang menjelaskan hasil pengolahan data variabel *Celebrity Endorsemen* (X<sub>3</sub>) dengan menggunakan SPSS versi 22.0 for Windows. Menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* (R<sub>hitung</sub>) pada variabel *Celebrity Endorsemen* (X<sub>3</sub>) memiliki nilai yang lebih besar dari R<sub>tabel</sub>, yang artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam menganalisis berikutnya

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas *Brand Image* (X<sub>4</sub>)**

No	Keterangan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Hasil
1	<i>Brand Image</i> (X4.1)	0.703	0.2072	Valid
2	<i>Brand Image</i> (X4.2)	0.591	0.2072	Valid
3	<i>Brand Image</i> (X4.3)	0.732	0.2072	Valid
4	<i>Brand Image</i> (X4.4)	0.801	0.2072	Valid
5	<i>Brand Image</i> (X4.5)	0.813	0.2072	Valid
6	<i>Brand Image</i> (X4.6)	0.662	0.2072	Valid

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 2021*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas yang menjelaskan hasil pengolahan data variabel *Brand Image* (X<sub>4</sub>) dengan menggunakan SPSS versi 22.0 for Windows. Menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* (R<sub>hitung</sub>) pada variabel *Brand Image* (X<sub>4</sub>) memiliki nilai yang lebih besar dari R<sub>tabel</sub>, yang artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam menganalisis berikutnya

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

No	Keterangan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Hasil
1	Keputusan Pembelian (Y)	0.503	0.2072	Valid
2	Keputusan Pembelian (Y)	0.490	0.2072	Valid
3	Keputusan Pembelian (Y)	0.602	0.2072	Valid
4	Keputusan Pembelian (Y)	0.460	0.2072	Valid
5	Keputusan Pembelian (Y)	0.543	0.2072	Valid
6	Keputusan Pembelian (Y)	0.387	0.2072	Valid
7	Keputusan Pembelian (Y)	0.597	0.2072	Valid
8	Keputusan Pembelian (Y)	0.521	0.2072	Valid

*Sumber data : data yang diolah SPSS 2021*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas yang menjelaskan hasil pengolahan data variabel *Brand Image* ( $X_4$ ) dengan menggunakan SPSS versi 22.0 for Windows. Menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* ( $R_{hitung}$ ) pada variabel *Brand Image* ( $X_4$ ) memiliki nilai yang lebih besar dari  $R_{tabel}$ , yang artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam menganalisis berikutnya

## 2. Uji Realibilitas

Realibilitas adalah alat ukur untuk mengukur dan menunjukkan konsistensi dalam alat ukur untuk mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Dimana kuesioner dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* lebih besar dari  $>0.60$  sedangkan jika nilai *Cronbach Alpha* variabel  $<$  dari 0.60 maka di katakan indikator variabel tersebut tidak reliabel Hasil uji realibititas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Realibilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> ( $\alpha$ )	Konstan Alpha	Hasil Realibilitas
1	Lokasi ( $X_1$ )	0.960	0.2072	Valid
2	Gaya Hidup ( $X_2$ )	0.837	0.2072	Valid
3	<i>Celebrity Endorsement</i> ( $X_3$ )	0.816	0.2072	Valid
4	<i>Brand Image</i> ( $X_4$ )	0.815	0.2072	Valid
5	Keputusan Pembelian (Y)	0.787	0.2072	Valid

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS*

Berdasarkan tabel 4.9 di atas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0.60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument dinyatakan reliabel.

### C. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk menguji apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikat  $> 0,05$ , maka berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai signifikat  $< 0,05$ , maka berdistribusi tidak normal. Dalam penelitian ini Uji normalitas residual menggunakan metode *one-sampel kolmogorov smirnov* (1-Sample-KS). Hasil uji normalitas secara statistik *kolmogorov smirnov* dengan bantuan SPSS dapat dilihat melalui tabel berikut :



**Tabel 4.10**  
**Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27302168
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.069
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

*Sumber data :data yang diolah dengan SPSS 2021*

Berdasarkan hasil perhitungan dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp Sig* (2 tailed) yang diperoleh dari hasil perhitungan *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,200 yang berarti signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ). Nilai residual Perhitungan dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp Sig* (2 tailed) yang diperoleh dari hasil perhitungan *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,200 yang berarti signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ). Nilai residual

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua pendekatan, yaitu dengan melihat nilai tolerance dan VIF dan membandingkan nilai koefisien determinasi. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ) dan menunjukkan kolinieritas yang

tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas Tolerance dan VIP**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.862	1.293		.667	.507		
	Total Lokasi	.198	.014	.567	14.239	.000	.984	1.016
	Total Gaya Hidup	.337	.056	.328	6.035	.000	.529	1.891
	Total Celebrity Endorsement	.370	.060	.328	6.179	.000	.553	1.807
	Total Brand Image	.270	.059	.269	4.619	.000	.460	2.175

a. Dependent Variable: Total Keputusan Pembelian

Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 2021

Berdasarkan output SPSS pada tabel 4.11 diketahui bahwa nilai tolerance keempat variabel yaitu Lokasi ( $X_1$ ), Gaya Hidup ( $X_2$ ), *Celebrity Endorsement* ( $X_3$ ), dan *Brand Image* ( $X_4$ ) lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi.

### 3. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji linieritas dapat dilihat dari nilai Sig. *Linearity* < 0,05 maka dapat dinyatakan linier dan sebaliknya. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Linieritas Deviation from Linearity**

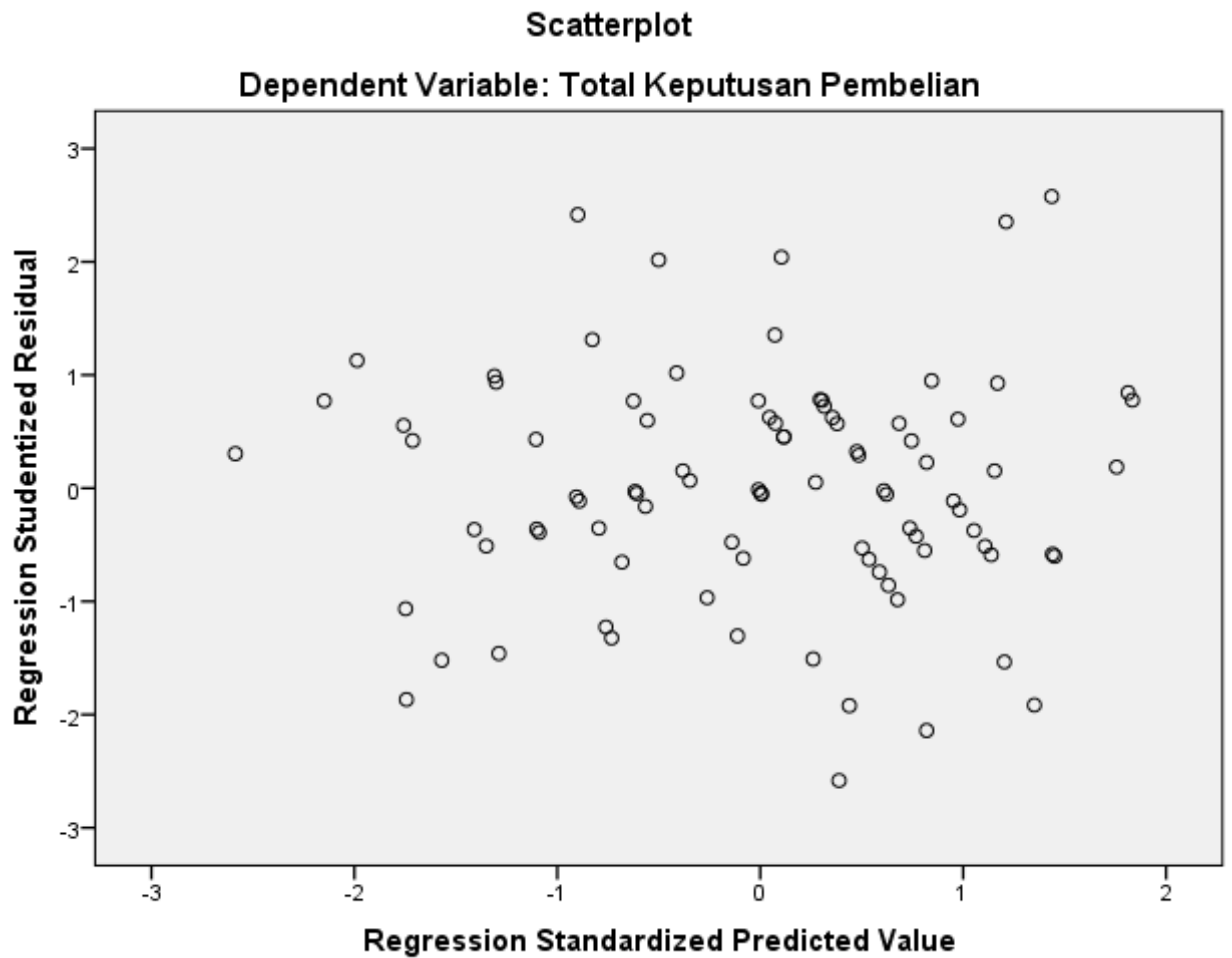
Varibel	Linierity sig
Lokasi (X1)	0.000
Gaya Hidup (X2)	0.000
<i>Celebrity Endorsemen</i> (X3)	0.000
<i>Brand Image</i> (X4)	0.000

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 2021*

Berdasarkan dari hasil *output* uji normalitas pada tabel 4.12, nilai signifikan yang dihasilkan oleh persamaa masing – masing variabel yaitu sebesar 0.000 yang berarti  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X1), gaya hidup (X2), *celebrity endorsement* (X3), dan *brand image* (X4) terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan linier

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah keadaan dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot untuk variabel Lokasi (X1), Gaya hidup (X2), *Celebrity Endorsement* (X3), dan *Brand Image* (X4) dan Keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini



**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 2021*

Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas dapat dilihat melalui diagram *plot (scatterplot)* dengan cara:

- 1) Jika terdapat titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang beraturan, maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu serta arah penyebarannya berada diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan output yang dihasilkan SPSS pada gambar 4.1 dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi

#### D. Hasil Analisis Korelasi Berganda

##### 1. Hasil Uji Koefisien Determinan( $R^2$ ) dan koefisien (R)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dihasilkan nilai  $R^2$  sebagaimana dapat dilihat dalam tabel 4.13 sebagai berikut:

**Table 4.14**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.931 <sup>a</sup>	.867	.861	1.303

a. Predictors: (Constant), Total Brand Image, Total Lokasi, Total Celebrity Endorsement, Total Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Total Keputusan Pembelian

*Sumber data : data yang diolah dengan spss 2021*

Untuk mengukur seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah nilai R yang ada pada tabel 4.13 di atas. Hasil perhitungan statistik diperoleh nilai R sebesar 0,931 yang menunjukkan hubungan yang sangat erat antara variabel lokasi, gaya hidup, *celebrity endorsement*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian,

karena nilai mendekati. Variabel independen dalam penelitian ini lebih dari satu, maka sebaiknya untuk melihat kemampuan variabel memprediksi variabel dependen, dalam penelitian ini nilai yang digunakan adalah nilai adjusted R<sup>2</sup>. Nilai adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,867 hal ini berarti 86,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari empat variabel independen yaitu lokasi, gaya hidup, *celebrity endorsement*, dan *brand image*. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model sebesar 13.3% (100% - 86,7%).

## **E. Hasil Uji Hepotesis**

### **1. Hasil Uji parsial (Uji t)**

Pengujian secara parsial (Uji t) terhadap masing-masing variabel independen: lokasi (X1), gaya hidup (X2), *celebrity endorsement* (X3), dan *brand image* (X4) dilakukan untuk menguji diterima atau ditolaknya hipotesis yang telah diajukan. Hasil output dengan SPSS akan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  dan signifikansinya. Dalam melihat signifikansi tiap variabel, maka dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  setiap variabel X. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka secara individual (parsial), variabel X dapat dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y, dan jika nilai  $t_{hitung} < 0,05$  atau 5% maka hipotesis dapat diterima. Hasil uji parsial (t) dapat dilihat dalam tabel 4.13 sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.862	1.293		.667	.507		
Total Lokasi	.198	.014	.567	14.239	.000	.984	1.016
Total Gaya Hidup	.337	.056	.328	6.035	.000	.529	1.891
Total Celebrity Endorsement	.370	.060	.328	6.179	.000	.553	1.807
Total Brand Image	.270	.059	.269	4.619	.000	.460	2.175

a. Dependent Variable: Total Keputusan Pembelian

*Sumber data : data yang diolah dengan SPSS 2021*

Dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengujian hipotesis pertama

Diketahui nilai sig. Untuk lokasi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sedangkan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  14.239 yang arinya lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,662 ( $14.239 > 1.662$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh antara lokasi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Pengujian hipotesis kedua

Diketahui nilai sig untuk pengaruh kompetensi gaya hidup (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sedangkan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  6,035 yang lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  1.662 ( $6.035 > 1.662$ ) sehingga dapat disimpulkan

bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh gaya hidup (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

3. Pengujian hipotesis ketiga

Diketahui nilai sig untuk pengaruh kompetensi *celebrity endorsement* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sedangkan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  6,179 yang lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  1.662 ( $6.179 > 1.662$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh *celebrity endorsement* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

4. Pengujian hipotesis keempat

Diketahui nilai sig untuk pengaruh kompetensi *brand image* (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,00 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sedangkan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  4.619 yang lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  1.662 ( $4.619 > 1.662$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh *brand image* (X4) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. **Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

Pengujian simultan (Uji F) dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap perubahan nilai variabel dependen. Pengujian simultan melibatkan variabel independen yaitu: variabel lokasi (X1) dan gaya hidup (X2), *celebrity endorsement* (X3), dan *brand image* (X4) ditetapkan ketentuan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hipotesis dapat diterima atau seluruh variabel independen (X1, X2, X3, X4)



secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Hasil uji simultan (Uji statistik F) dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut :

**Table 4.16**  
**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji f)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	943.590	4	235.898	139.021	.000 <sup>b</sup>
Residual	144.232	85	1.697		
Total	1087.822	89			

*Sumber data : data yang diolah dengan spss 2021*

Dari hasil output SPSS tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh Kejelasan l lokasi (X1) dan gaya hidup (X2), *celebrity endorsement* (X3), dan *brand image* (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 139,021 > F_{tabel} 2,48$ . Artinya hipotesis (H5) diterima. Dengan kata lain, lokasi (X1) dan gaya hidup (X2), *celebrity endorsement* (X3), dan *brand image* (X4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada cilupbah shop