

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

PT. Luxury Cantika Indonesia atau yang akrab disebut Luxcrime adalah perusahaan yang bergerak dibidang kosmetik yang didirikan oleh Achmad Nurul Fajri, yang memiliki visi kuat untuk mengembangkan *brand local* dalam industri kecantikan. Berdirinya *brand* sebesar Luxcrime bermula dari perjalanan akademis Achmad saat ingin menempuh Pendidikan MBA. Dalam proses ini, Achmad menemukan minatnya dalam *beauty industry*, karena ia melihat bahwa adanya prospek dan kenaikan *value statistic* baik dari industri kecantikan Indonesia maupun global setiap tahunnya. Bahkan, Indonesia menduduki peringkat ketiga teratas di Asia yang memiliki kenaikan materi *value* tercepat di industri kecantikan. Fakta ini memicu Achmad untuk berkontribusi dalam mengangkat citra dan kualitas industri kecantikan lokal.

Disamping itu. Achmad juga merasa resah akan banyaknya *brand* luar yang merajai pasar Indonesia, sebagai alasan ini kemudian diintegrasikan dan menghadirkan *brand* Luxcrime, sebagai solusi permasalahan tersebut. Meskipun tidak mudah untuk mendirikan sebuah *brand* ditengah persaingan yang sengit, Achmad selalu percaya dengan motivasi utamanya untuk mendirikan *brand*, yakni untuk menciptakan *brand* lokal yang kelak bisa dibanggakan oleh masyarakat Indonesia.

Dalam ini, Luxcrime menjadi representasi perjuangan, inovasi, dan semangat *entrepreneur* Achmad Nurul Fajri. Dengan berpegang pada tekad untuk menjadikan *brand* lokal sebagai kekuatan pada industri kecantikan. Luxcrime terus mengembangkan produk-produk yang memenuhi standar internasional, memberikan nilai tambah bagi konsumen, dan menjadi simbol kesuksesan.

2. Gambaran Umum Objek Penelitian



Sumber: *Instagram.com* (2023)

Gambar 4.1
Logo Luxcrime

Luxcrime merupakan perusahaan kosmetik dan perawatan kulit yang terinspirasi oleh kecantikan wanita Indonesia. Luxcrime hadir untuk menyediakan produk kecantikan yang berkualitas dengan tujuan untuk meningkatkan kecantikan dan keanggunan perempuan Indonesia.

Luxcrime memiliki *tagline* “*I, Makeup, Skin, Happy ☺*” yang Luxcrime tempatkan ke semua kampanye dan *platform* penjualan produk Luxcrime. *Tagline* tersebut memiliki arti bahwa Luxcrime menyediakan rangkaian lengkap produk kecantikan dan Luxcrime berharap pelanggan produk Luxcrime mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan Bahagia saat mereka melihat, menyentuh, dan menggunakan produk Luxcrime melalui kemasan, hingga formula yang berkualitas tinggi dan menarik. Luxcrime juga memerangi pengujian terhadap hewan (kekejaman bebas tanpa melakukan *experiment* pada hewan) dan menghindari bahan kimia berbahaya.

Brand Luxcrime juga dikenal sebagai salah satu *local brand* yang banyak digemari oleh para pencinta makeup. Keunggulan utama dari *brand* Luxcrime adalah produknya yang berkualitas baik tetapi tetap memiliki harga yang sangat terjangkau. Luxcrime juga membuat beragam kampanye sosial yang sesuai dengan *issue* terkini, dan *branding* serta *packaging* yang unik. Luxcrime juga meningkatkan pengembangan

produk yang lebih inovatif, memperkuat dan memperlebar *marketing*

serta *sales channels* untuk memaksimalkan penjualan produk *brand* Luxcrime.

VISI

Menjadi perusahaan kecantikan lokal paling dibanggakan, dicintai, dan paling inovatif di Indonesia.

MISI

Mendukung pemberdayaan wanita, memberi motivasi dan meningkatkan kepercayaan diri mereka.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Untuk mengetahui gambaran responden terhadap *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus Terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime, penelitian tersebut dilakukan melalui *direct message* pada *followers* Instagram @luxcrime_id, pada tanggal 3 Mei 2023. Dalam penelitian ini responden diwajibkan mengisi satu (1) buah pertanyaan yang telah dibagi menjadi beberapa kategori sebagai berikut:

a. Usia

Tabel 4.1

Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
< 17 Tahun	-	-
17 – 25 Tahun	53	63,1 %
26 – 30 Tahun	27	32,1 %
31 – 35 Tahun	4	4,8%
36 – 40 Tahun	-	-
> 40 Tahun	-	-
Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan tabel usia di atas, dari seluruh responden sebanyak

84 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden berusia kurang dari 17 tahun sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, berusia 17-25 tahun sebanyak 53 orang dengan persentase 63,1%, berusia 26-30 tahun sebanyak 27 orang dengan persentase 32,1%, berusia 30-35 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 4,8%, berusia 36-40 tahun sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 0 orang dengan persentase 0%. Dari data yang diperoleh dapat terlihat bawah penelian ini responden didominasi oleh orang yang berusia 17-25 tahun.

2. Pernyataan Variabel X (*Celebrity Endorser*)

Pada variabel (X) ini menggunakan 5 (lima) dimensi, yaitu: *Trustworthiness*, *Expertise*, *Attractiveness*, *Respect*, dan *Similarity* yang disusun sebanyak 20 (dua puluh) item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut:

a. *Trustworthiness*

Tabel 4.2
Dapat diandalkan dalam menyampaikan pesan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	28,6%
2.	Setuju	57	67,9%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 28,6%, 57 orang menjawab setuju dengan persentase 67,9%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus dapat diandalkan dalam menyampaikan pesan.

Tabel 4.3
Pesan iklan yang dapat dipercaya

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	28,6%
2.	Setuju	57	67,9%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 28,6%, 57 orang menjawab setuju dengan persentase 67,9%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa pesan iklan yang disampaikan Nadira Alaydrus dapat dipercaya.

Tabel 4. 4
jujur dalam menyampaikan pesan iklan.

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	28	33,3%
2.	Setuju	54	64,3%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 33,3%, 54 orang menjawab setuju dengan persentase 64,3%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus jujur dalam menyampaikan pesan iklan.

Tabel 4. 5

Konsisten dalam menyampaikan pesan iklan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	28	33,3%
2.	Setuju	53	63,1%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 33,3%, 53 orang menjawab setuju dengan persentase 63,1%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%, dan 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus konsisten dalam menyampaikan pesan iklan.

b. *Experties*

Tabel 4.6

mempunyai pengetahuan yang luas

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	32,1%
2.	Setuju	56	66,7%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,1%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 66,7%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus

mempunyai pengetahuan yang luas terhadap makeup.

Tabel 4.7
ahli dalam menyampaikan fungsi dari produk

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	25	29,8%
2.	Setuju	56	66,7%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 29,8%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 66,7%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus ahli dalam menyampaikan fungsi dari produk.

Tabel 4.8
terampil dalam memperagakan iklan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	31	36,9%
2.	Setuju	50	59,5%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,9%, 50 orang menjawab setuju dengan persentase 59,5%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus terampil dalam memperagakan iklan.

Tabel 4.9
memberikan ide konten yang kreatif

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	35,7%
2.	Setuju	50	59,5%
3.	Tidak Setuju	4	4,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 35,7%, 50 orang menjawab setuju dengan persentase 59,5%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,8%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus ide konten yang kreatif.

c. *Attractiveness*

Tabel 4.10
Terampil dalam memperagakan pesan iklan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	28	33,3%
2.	Setuju	54	64,3%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 33,3%, 54 orang menjawab setuju dengan persentase 64,3%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus terampil memperagakan pesan iklan.

Tabel 4.11

Konten iklan yang di buat sangat menarik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	32,1%
2.	Setuju	55	65,5%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,1%, 55 orang menjawab setuju dengan persentase 65,5%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konten iklan Nadira Alaydrus sangat menarik.

Tabel 4.12

terlihat semangat dalam menyampaikan pesan iklan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	29	34,5%
2.	Setuju	53	63,1%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34,5%, 53 orang menjawab setuju dengan persentase 63,1%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%. Dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,2% Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus terlihat semangat dalam menyampaikan pesan iklan.

Tabel 4.13
Tidak memiliki kekurangan fisik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	31	36,9%
2.	Setuju	47	56%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	4	4,8%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,9%, 47 orang menjawab setuju dengan persentase 56%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dan 4 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 4,8%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus tidak memiliki kekurangan fisik.

Tabel 4.14
Memiliki wajah yang menarik sebagai *celebrity endorser*

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	35,7%
2.	Setuju	54	64,3%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 35,7%, 54 orang menjawab setuju dengan persentase 64,3%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus memiliki wajah yang menarik sebagai *celebrity endorser*.

d. Respect

Tabel 4.15
Memiliki banyak penggemar

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	31	36,9%
2.	Setuju	49	58,3%
3.	Tidak Setuju	4	4,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,9%, 49 orang menjawab setuju dengan persentase 58,3%. Dan 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,8% Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus memiliki banyak penggemar.

Tabel 4.16
Saat menyampaikan pesan iklan disukai banyak orang

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	25	29,8%
2.	Setuju	59	70,2%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 29,8%, 59 orang menjawab setuju dengan persentase 70,2%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus dalam menyampaikan pesan iklan disukai banyak orang.

Tabel 4.17
Memiliki image yang bagus disosial media

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	32	38,1%
2.	Setuju	52	61,9%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38,1%, 52 orang menjawab setuju dengan persentase 61,9%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus memiliki image yang bagus disosial media.

Tabel 4.18
Tidak pernah terlibat dalam kasus tertentu

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	42,9%
2.	Setuju	48	57,1%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42,9%, 48 orang menjawab setuju dengan persentase 57,1%, menjawab tidak setuju 0 orang dengan persentase 0%, menjawab sangat tidak setuju 0 orang dengan persentase 0%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, yang menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus tidak pernah terlibat dalam kasus tertentu.

e. *Similarity*

Tabel 4.19
memiliki *image* yang elegant

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	29	34,5%
2.	Setuju	53	63,1%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34,5%, 53 orang menjawab setuju dengan persentase 63,1%. Dan 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus memiliki *image* yang elegant sesuai *image* dari produk Luxcrime.

Tabel 4.20
Memiliki *image* yang mewah

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	25	29,8%
2.	Setuju	56	66,7%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 29,8%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 66,7%. Dan 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%. Dari data yang dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus memiliki *image* yang mewah sesuai *image* dari produk Luxcrime.

Tabel 4.21**Memiliki selera makeup yang *simple* dan *flawless***

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	31	36,9%
2.	Setuju	49	58,3%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2,4%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,9%, 49 orang menjawab setuju dengan persentase 58,3%. 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%, dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus memiliki selera makeup yang *simple* dan *flawless* sesuai dengan target *audience* dari produk Luxcrime.

Tabel 4.22**menyukai produk lokal berkualitas**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	32	38,1%
2.	Setuju	51	60,7%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38,1%, 51 orang menjawab setuju dengan persentase 60,7%., dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,2%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus menyukai

produk lokal berkualitas sesuai dengan apa yang disukai anak muda.

3. Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pada variable (Y) ini menggunakan empat dimensi, yaitu : Pilihan Produk, Pilihan Merek, Pilihan Penyalur, Waktu Pembelian, Jumlah Pembelian, dan Metode Pembayaran yang disusun sebanyak 22 (dua puluh dua) item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut :

1. Pilihan Produk

Tabel 4.23

Konten makeup membantu memilih produk yang tepat

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	28,6%
2.	Setuju	58	69%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 28,6%, 58 orang menjawab setuju dengan persentase 69%., dan 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konten Nadira Alaydrus membantu untuk memilih produk yang tepat.

Tabel 4.24

Konten iklan membantu menentukan produk yang dibutuhkan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	27,4%
2.	Setuju	59	70,2%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak

84 orang dengan persentase 100% sebanyak 23 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 27,4%, 59 orang menjawab setuju dengan persentase 70,2%, dan 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konten iklan Nadira Alaydrus membantu untuk menentukan produk yang dibutuhkan.

b. Pilihan Merek

Tabel 4.25

Konten iklan membantu memilih *brand* yang diinginkan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	28,6%
2.	Setuju	56	66,7%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 28,6%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 66,7%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,2%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konten iklan Nadira Alaydrus membantu untuk memilih *brand* yang saya inginkan.

Tabel 4.27

Konten yang dibuat membandingkan *brand* makeup

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	32,1%
2.	Setuju	56	66,7%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,1%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 66,7%., dan 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%, Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konten iklan Nadira Alaydrus banyak membandingkan brand-brand makeup.

Tabel 4.28

Produk yang sedang populer banyak di minati

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	33	39,3%
2.	Setuju	49	58,3%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 33 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 39,3%, 49 orang menjawab setuju dengan persentase 58,3%., dan 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa produk yang sedang trend atau populer banyak di minati oleh konsumen.

Tabel 4.29

Tertarik dengan produk yang sedang populer

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	29	34,5%
2.	Setuju	48	57,1%
3.	Tidak Setuju	6	7,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34,5%, 48 orang menjawab setuju dengan persentase 57,1%., 6 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,1%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,2% Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen lebih tertarik dengan produk yang dengan trend atau populer.

c. Pilihan Penyalur

Tabel 4.30

Membantu menentukan toko untuk pembelian

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	20	23,8%
2.	Setuju	58	69%
3.	Tidak Setuju	4	4,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2,4%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 (delapan puluh empat) orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 20 (dua puluh) orang menjawab sangat setuju dengan persentase 23,8%, 58 (lima puluh delapan) orang menjawab setuju dengan persentase 69%, 4 (empat) orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,8%, dan 2 (dua) orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,4% Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa 84 (delapan puluh empat) orang menyatakan setuju sebanyak 58 (lima puluh delapan) orang bahwa Nadira Alaydrus membantu saya menentukan toko untuk pembelian produk Luxcrime. Pada pernyataan ke 7 (tujuh) variable Y keputusan pembelian pada kuesioner berjudul Pengaruh *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus Terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime.

Tabel 4.31

Luxcrime memiliki distributor secara offline dan online

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	46,4%
2.	Setuju	45	53,6%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 46,4%, dan 45 orang menjawab setuju dengan persentase 53,6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa produk Luxcrime memiliki banyak distributor secara online dan offline.

Tabel 4.32

Membeli produk Luxcrime secara offline dan online

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	46,4%
2.	Setuju	45	53,6%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 46,4%, 45 orang menjawab setuju dengan persentase 53,6%, menjawab tidak setuju 0 orang dengan persentase 0%, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang persentase 0%. Dari data yang diperoleh dalam disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen dengan mudah mendapatkan produk Luxcrime secara online maupun offline.

Tabel 4.33

Penjualan Luxcrime secara *offline* dan *online*

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	46,4%
2.	Setuju	45	53,6%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 46,4%, dan 45 orang menjawab setuju dengan persentase 53,6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa penjualan produk Luxcrime mempermudah konsumen mendapatkan produk Luxcrime.

d. Waktu Pembelian

Tabel 4.34

Membantu mempromosikan saat event tertentu

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	21	25%
2.	Setuju	62	73,8%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 21 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 25%, 62 orang menjawab setuju dengan persentase 73,8%, dan 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus membantu mempromosikan produk Luxcrime saat event tertentu.

Tabel 4.35

Dapat menyesuaikan kebutuhan setelah melihat iklan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	27,4%
2.	Setuju	56	66,7%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2,4%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 23 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 27,4%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 66,7%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%, dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen dapat menyesuaikan kebutuhan setelah melihat konten iklan Nadira Alaydrus.

Tabel 4.36

Membantu menyampaikan event pada produk Luxcrime

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	27,4%
2.	Setuju	60	71,4%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 23 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 27,4%, 60 orang menjawab setuju dengan persentase 71,4%, dan 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira

Alaydrus membantu menyampaikan *event- event* pada produk Luxcrime.

Tabel 4.37
mendapatkan keuntungan jika mengikuti event

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	28,6%
2.	Setuju	53	63,1%
3.	Tidak Setuju	4	4,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	3	3,6%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 28,6%, 53 orang menjawab setuju dengan persentase 63,1%, dan 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,8%, dan 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3,6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen mendapatkan keuntungan dari *event* yang sudah Nadira Alaydrus promosikan.

e. Jumlah Pembelian

Tabel 4.38
Membantu menentukan kuantitas barang

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	28,6%
2.	Setuju	52	61,9%
3.	Tidak Setuju	5	6%
4.	Sangat Tidak Setuju	3	3,6%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 28,6%, 52 orang

menjawab setuju dengan persentase 61,9%, dan 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 6%, dan 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3,6%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Nadira Alaydrus membantu menentukan kuantitas barang.

Tabel 4.39

Konten iklan membantu meyakinkan untuk membeli produk

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	26,2%
2.	Setuju	51	60,7%
3.	Tidak Setuju	9	10,7%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2,4%
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 22 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 26,2%, 51 orang menjawab setuju dengan persentase 60,7%, dan 9 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 10,7%, dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,4%. Dari data yang dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Konten iklan Nadira Alaydrus membantu meyakinkan untuk membeli produk Luxcrime.

Tabel 4.40

Produk Luxcrime memiliki produk yang beragam

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	38	45,2%
2.	Setuju	46	54,8%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 38

orang menjawab sangat setuju dengan persentase 45,4%, dan 46 orang menjawab setuju dengan persentase 54,8%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa produk Luxcrime memiliki ketersediaan barang yang banyak.

Tabel 4.41

Luxcrime memiliki ketersediaan barang yang banyak

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	44	52,4%
2.	Setuju	39	46,4%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 52,4%, 39 orang menjawab setuju dengan persentase 46,4%, dan 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa produk Luxcrime memiliki produk yang beragam.

f. Metode Pembayaran

Tabel 4.42

Dibeli secara offline dan online dengan pembayaran tunai

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	38	45,2%
2.	Setuju	46	54,8%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 38 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 45,4%, dan 46

orang menjawab setuju dengan persentase 54,8%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa produk Luxcrime dapat dibeli secara offline dan online dengan pembayaran tunai.

Tabel 4.43

Memiliki kepercayaan dengan pembayaran tunai

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	46,4%
2.	Setuju	45	53,6%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 46,4%, 45 orang menjawab setuju dengan persentase 53,6%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang dengan persentase 53,6% bahwa konsumen memiliki kepercayaan dengan pembayaran tunai.

Tabel 4.44

Dibeli secara offline dan online dengan pembayaran nontunai

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	47,6%
2.	Setuju	44	52,4%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 47,6%, dan 44 orang menjawab setuju dengan persentase 52,4%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa produk Luxcrime dapat dibeli secara online maupun offline.

Tabel 4.45
Memiliki kepercayaan dengan pembayaran nontunai

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	42	50%
2.	Setuju	42	50%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 42 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42, dan 42 orang menjawab setuju dengan persentase 50%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen memiliki kepercayaan dengan pembayaran nontunai.

4. Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni Pengaruh *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus berdasarkan tabel sebagai berikut :

Table 4.46
Rekapitulasi Variabel X

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	3.25
2.	X2	3.25
3.	X3	3.31

No.	Pernyataan	Mean
4.	X4	3.29
5.	X5	3.31
6.	X6	3.26
7.	X7	3.33
8.	X8	3.31
9.	X9	3.31
10.	X10	3.30
11.	X11	3.31
12.	X12	3.25
13.	X13	3.36
14.	X14	3.32
15.	X15	3.30
16.	X16	3.38
17.	X17	3.43
18.	X18	3.32
19.	X19	3.26
20.	X20	3.30
21.	X21	3.36
Jumlah		69.50
Rata-rata		3.31

Sumber : Hasil Penelitian Mei 2023

Dari hasil rekapitulasi diatas secara keseluruhan responden menilai bahwa variable *Celebrity Endorser* tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variable *Celebrity Endorser (X)* sebesar 3,31.

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yakni Keputusan Pembelian berdasarkan tabel berikut:

Table 4.47
Rekapitulasi Variable Y

No.	Pernyataan	Mean
1.	Y1	3.26
2.	Y2	3.25
3.	Y3	3.23
4.	Y4	3.31
5.	Y5	3.37
6.	Y6	3.25
7.	Y7	3.14
8.	Y8	3.46
9.	Y9	3.46
10.	Y10	3.46
11.	Y11	3.24
12.	Y12	3.19
13.	Y13	3.25
14.	Y14	3.17
15.	Y15	3.15
16.	Y16	3.11
17.	Y17	3.51
18.	Y18	3.45
19.	Y19	3.45
20.	Y20	3.46
21.	Y21	3.48
22.	Y22	3.50
Jumlah		73.17
Rata-rata		3.33

Sumber : Hasil Penelitian Mei 2023

Dari rekapitulasi diatas secara keseluruhan responden menilai bahwa

variabel keputusan pembelian tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 3,33.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel *independent* (X) yaitu *Celebrity Endorser* terhadap variabel *dependent* (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Berikut adalah data hasil dari pengolahan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) 23.0 for windows :

Tabel 4.48
Model Summary
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	.474	.468	6.455

a. Predictors: (Constant), *Celebrity Endorser*

Sumber : Hasil SPSS Versi 27

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel *Independent* (X) dengan satu variabel *Dependen* (Y). R disebut sebagai koefisien korelasi antara variabel Pengaruh *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus Terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime dengan nilai R sebesar 0,689 yaitu diantaranya 0,600 – 0,799 artinya hubungan atau korelasi antara variabel *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus berpengaruh tinggi atau kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari :

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali,
2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti
3. 0,400 – 0,599 artinya cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,800 – 1,000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali.

Sedangkan R square disebut sebagai koefisien determiniasi, dapat dijelaskan bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,474. Angka tersebut

dapat diartikan bahwa Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh Pengaruh *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus sebesar 47.4%, sementara 52,6% dipengaruhi faktor lain diluar variabel penelitian. Nilai R square menunjukan angka 0,474 atau 47,4% *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime sebesar 47,4%.

Selanjutnya, yaitu analisis uji regresi sederhana yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antara variabel X yaitu *Celebrity Endorser* terhadap variabel Y yaitu Keputusan Pembelian.

Berikut adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara variabel X dan Y, sebagai berikut:

Tabel 4.49
ANOVA
ANOVA

	Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3081.380	1	3081.380	73.961	.000
	Residual	3416.287	82	41.662		
	Total	6497.677	83			

a. *Dependent* Variabel : Keputusan Pembelian

b. *Predictors*: (*Constant*), *Celebrity Endorser*

Sumber : Hasil SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 73,961 dengan nilai signifikan 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $< 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variabel *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$ karena angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime.

Untuk mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linear, maka digunakan rumus regresi linear $Y = a + bX$, yaitu sebagaimana dapat dilihat pada analisis berikut:

Tabel 4.50
Coefficients
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.012	5.413		4.991	.000
<i>Celebrity Endorser</i>	.664	.077	.689	8.600	.000

a. *Dependent Variabel : Celebrity Endorser*

Sumber : Hasil SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut:

Rumus Regresi Linear :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 27,012 + 0,664X$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X = *Celebrity Endorser*

a = nilai konstan dari *Unstandardzed Coefficients*. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 27,012

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,664

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai X = 0 maka Y = 27,012 dan jika X = 1 maka Y = 27,676. Artinya setiap peningkatan *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus sebesar 1, akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 27,676.

6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terikat *Celebrity Endorser* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui :

$$n = 84$$

$$r = 0,689$$

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,689\sqrt{(84-2)}}{\sqrt{1-0,689^2}}$$

$$t = \frac{0,689\sqrt{(84-2)}}{\sqrt{(1-0,47)}}$$

$$t = \frac{0,689\sqrt{(82)}}{\sqrt{(1-0,47)}}$$

$$t = \frac{0,689 \times 9}{\sqrt{0,53}}$$

$$t = \frac{6201}{0,728}$$

$$t = 8.517$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t_{hitung} yaitu 8.517 sedangkan untuk nilai t_{tabel} dengan taraf kepercayaan 90% atau signifikansi 10% ($\alpha = 0,10$ atau 0,1) dapat dicari berdasarkan jumlah

responden atau n . dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 84, maka derajat bebas (df) $n - k = 84 - 2 = 82$. Dengan derajat kebebasan sebesar 82 dan signifikasinya 10% adalah 1,66088 dibulatkan menjadi 1,661. Karena nilai $t_{hitung} (8.517) > t_{table} (1,661)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu *Celebrity Endorser* dan Keputusan Pembelian Luxcrime. Penelitian ini dilakukan kepada 84 responden yang merupakan *followers* Instagram @luxcrime_id, dapat diketahui bahwa seluruh responden sebanyak 84 dengan persentase 32,1% dalam penelitian ini berusia 26 – 30 tahun, 63,1% berusia 17 – 25 tahun, dan 4,8% berusia 31 – 35 tahun (tabel 4.1).

1. *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus pada *followers* akun Instagram @luxcrime_id

Berdasarkan teori yang telah digunakan dan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa Pengaruh *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus memiliki 5 (lima) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuesioner pada penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi *Trustworthiness*, *Experties*, *Attractiveness*, *Respect*, dan *Similarity* tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata responden pada variabel Pengaruh *Celebrity Endorser* (X) sebesar 3,31 (tabel 4.46).

Berdasarkan teori yang penulis gunakan untuk mengukur variabel (X) *Celebrity Endorser* pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X17 dengan pernyataan “Nadira Alaydrus tidak pernah terlibat dalam kasus tertentu” (tabel 4.18), dengan keterlibatan *celebrity endorser* dalam kasus tertentu dapat merusak kepercayaan dan kredibilitas mereka di mata konsumen, Nadira Alaydrus dianggap sebagai figure yang bersih dan tidak terlibat dalam kasus-kasus tertentu, sehingga konsumen

cenderung lebih percaya pada rekomendasinya terhadap produk atau jasa. Ketika *celebrity endorser* memiliki reputasi yang baik, mereka dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan lebih efektif. Konsumen akan merasa lebih termotivasi untuk membeli produk atau jasa yang direkomendasikan oleh selebriti yang dihormati dan dipercayai.

Sesuai dengan teori dari Trence A. Shimp (2014) endorser adalah pendukung iklan atau yang dikenal juga sebagai bintang iklan untuk mendukung suatu produk dan sesuai dengan salah satu dari ke lima atributnya yaitu *Respect* (kualitas dihargai) Mengacu pada kualitas yang dihargai atau digemari sebagai akibat dari kualitas pencapaian personal. Hal ini, sejalan dengan nilai tertinggi pada pernyataan di atas yaitu bahwa Nadira Alaydrus tidak pernah terlibat dalam kasus tertentu, dan dapat menciptakan citra positif dan menghargai kualitas personalnya. Hal ini dapat mengarah pada persepsi bahwa Nadira Alaydrus memiliki integritas, etika yang baik, dan berpegang pada standar moral yang tinggi. Sehingga konsumen akan menghormati dan menghargai sifat-sifat tersebut, yang sesuai dengan atribut *Respect* dalam teori *celebrity endorser*, Shimp (2014).

Dengan demikian, konsep dari atribut *Respect* dalam teori *celebrity endorser*, Shimp (2014), dapat berlaku dalam kasus Nadira Alaydrus, di mana ketidaklibatan dalam kasus tertentu dapat memperkuat atribut *respect* dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Keputusan Pembelian Konsumen pada *Followers* akun Instagram @luxcrime_id

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur Keputusan Pembelian memiliki 6 (enam) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel Y dikuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi Keputusan Pembelian antara lain, Pilihan Produk, Pilihan Merek, Pilihan Penyalur, Waktu Pembelian, Jumlah Pembelian, dan Metode Pembayaran, tergolong tinggi dengan nilai rata-rata jawaban

responden dalam penelitian kuesioner variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 3,33 (tabel 4.47).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variable (Y) Keputusan Pembelian pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y17 yang memiliki pernyataan “Produk Luxcrime memiliki produk yang beragam” yaitu 3,51 (tabel 4.47), dengan beragamnya produk yang ditawarkan oleh Luxcrime memberikan konsumen pilihan yang lebih banyak. Saat konsumen memiliki berbagai opsi produk yang berbeda, mereka memiliki peluang lebih besar untuk menemukan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan gaya hidup mereka. sehingga mereka dapat menentukan keputusan pembelian yang tepat pada produk Luxcrime.

Sesuai dengan teori Kotler & Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. nilai tertinggi dari pernyataan di atas sudah sesuai dengan salah satu indikator pada dimensi keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2016) yaitu jumlah pembelian, dimana konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

Menurut Anang Firmansyah (2018), perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and services*). Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan

proses pembelian suatu barang atau jasa. Hal ini, sejalan dengan pernyataan dengan nilai tertinggi di atas, dimana setelah konsumen melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian, konsumen akan membuat keputusan pembelian. Dengan keberagaman produk Luxcrime dapat memberikan opsi yang lebih luas bagi konsumen, sehingga memungkinkan mereka untuk memilih produk yang sesuai dengan gaya hidup mereka dan preferensi mereka.

3. Pengaruh *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime pada *followers* akun Instagram @luxcrime_id

Pernyataan pada variabel X (*Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus) dan variabel Y (Keputusan Pembelian Luxcrime) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reabilitas pada variabel X (*Celebrity Endorser*) dan variabel Y (Keputusan Pembelian Luxcrime) menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta pada tingkat reabilitas $> 0,600$ s.d $0,799$ (tabel 3.7 dan tabel 3.8) maka kuesioner variabel X sangat reliabel begitu juga dengan variabel Y yaitu sangat reliabel. Untuk membuktikan adanya Pengaruh *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai t_{hitung} 8.517 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,661. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat Pengaruh antara *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi antara *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,689 yaitu

diantara 0,600 – 0,799 yang berarti tinggi atau kuat.

R square yaitu 0,474 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini Keputusan Pembelian Luxcrime dipengaruhi sebesar 47,4% sementara sisanya yaitu 52,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa *followers Instagram @luxcrime_id* merasa *Celebrity Endorser* Nadira Alaydrus mempengaruhi konsumen untuk memiliki keputusan pembelian.