



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN



Hak cipta © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yg menjadi objeknya adalah *Celebrity Endorser*, Citra Merek dan Minat Beli terhadap Motor Yamaha R25 di Bekasi. Sedangkan yang menjadi subyek penelitian adalah calon pembeli yang sudah bekerja dan memiliki minat untuk membeli Yamaha R25. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di daerah Bekasi.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:146) desain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain penelitian meliputi rencana awal pengumpulan, pengukuran, dan analisis data untuk membantu peneliti dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas dengan membuat pilihan-pilihan penting dalam metodologi.

Dalam Cooper dan Schindler (2014:147-152) desain penelitian diklasifikasikan dengan delapan perspektif, yaitu:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Studi dapat dipandang sebagai studi eksploratif atau formal. Perbedaan utama dari kedua pilihan tersebut adalah tingkatan struktur dan tujuan studi. Studi eksploratif (*exploratory studies*) cenderung memiliki struktur yang lebih longgar dengan tujuan untuk menemukan tugas penelitian selanjutnya. Tujuan utama eksplorasi adalah untuk mengembangkan hipotesis atau pertanyaan dalam penelitian selanjutnya. Studi formal (*formal studies*) dimulai saat eksplorasi berakhir- studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2 Metode Pengumpulan data

Pengklasifikasian membedakan antara pengamatan dan proses komunikasi. Pengamatan (*monitoring*) melibatkan studi dimana peneliti menyelidiki aktivitas subyek atau sifat alami dari beberapa materi tanpa berusaha untuk mengurangi respons dari siapapun. Studi komunikasi ini dapat dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada subyek penelitian dengan cara yang personal maupun impersonal, lalu mengumpulkan informasi yang telah diperoleh dari subjek tersebut.

Metode yang digunakan adalah dengan survei. Pada cara survei, peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isi yang harus diisi dan diberikan kepada subyek penelitian ini.

3 Kontrol Peneliti terhadap variabel

Dilihat dari kemampuan peneliti dalam konteks untuk memanipulasi variabel-variabel. Studi pengendalian variabel ini dapat berupa desain eksperimental dan desain *ex post facto*. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*. Pada desain *ex post facto* peneliti tidak memiliki control atas variabel, peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

4. Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk studi kausal. Dengan studi ini, peneliti bermaksud untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh *Celebrity Endorser* dan citra merek terhadap minat beli Yamaha R25. Studi ini bermaksud untuk memprediksi efek kepada suatu variabel dengan memanipulasi variabel lainnya, sementara variabel-variabel diluar itu dianggap konstan.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional*, yaitu studi yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu. Penelitian ini mirip dengan kegiatan memotret suatu objek. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Generalisasi tentang temuan penelitian disajikan berdasarkan representasi sampel dan validitas desain.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field study*), dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan aktual. Dimana penelitian dilakukan berdasarkan pada kondisi lapangan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa adanya penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

C Variabel Penelitian

Tujuan definisi operasional dalam penelitian pada dasarnya untuk memberikan pemahaman dan pengukuran terhadap konsep. Definisi operasional akan selalu menjadi definisi yang digunakan untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang dikemukakan dalam hipotesis dan teori.

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Celebrity Endorser* Yamaha R25, citra merek Yamaha R25, dan minat beli Yamaha R25.

2. Definisi Operasional Variabel

Variabel independen (*independent variabel*) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel dependen (*dependent variabel*) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Celebrity Endorser* dan citra merek. Sedangkan variabel dependen adalah minat beli konsumen.

Kedua variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:



a. Variabel Independen

(1) *Celebrity Endorser*

Tabel 3.1

Dimensi dan Indikator *Celebrity Endorser*

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
<i>Celebrity Endorser</i>	<i>Trustworthy</i> (Kepercayaan)	Dalam iklannya, Valentino Rossi jujur dalam menyampaikan pesan (Yamaha semakin didepan)	Interval
		Sejak Valentino Rossi mengiklankan Yamaha, saya lebih percaya bahwa Yamaha produk yang bagus	Interval
	<i>Expertise</i> (Keahlian)	Valentino Rossi seorang yang ahli (dalam bidang mengendarai motor)	Interval
		Valentino Rossi merupakan sosok yang berkualitas (dalam mengiklankan produknya selalu disertai dengan prestasi)	Interval
	<i>Physical Attractiveness</i> (Daya Tarik Fisik)	Dengan moto GP dan Yamaha, Valentino Rossi memiliki daya tarik tersendiri bagi penontonnya	Interval
		Valentino Rossi cocok untuk menjadi <i>Celebrity Endorser</i> yamaha R25	Interval
	<i>Respect</i> (Rasa Hormat)	Saya mengagumi Prestasi Valentino Rossi	Interval
		Saya tetap menyukai Valentino Rossi walau belum menjadi juara dunia sejak 2009	Interval
	<i>Similarity</i> (Kesamaan)	Saya menyukai merek motor Yamaha	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Celebrity Endorser

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(2) Citra Merek

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.2

Dimensi dan Indikator Citra Merek

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Citra Merek	Identitas Merek	Yamaha memiliki logo yang menarik	Interval
		Yamaha Motor memiliki reputasi perusahaan yang baik	Interval
	Kepribadian Merek	Yamaha Motor memiliki produk yang bervariasi	Interval
		Yamaha Motor memiliki karakteristik tersendiri pada setiap produknya yang berbeda dari pesaing	Interval
	Asosiasi Merek	Merek Yamaha terkenal melalui ajang balap Moto GP	Interval
		Gambaran merek motor Yamaha merupakan motor yang kencang	Interval
	Sikap dan Perilaku Merek	Produk Yamaha Motor memiliki model yang lebih baik dari pesaingnya (Honda dan Kawasaki)	Interval
		Yamaha tidak pernah menjatuhkan merek lain saat mengiklankan Yamaha R25	Interval
	Manfaat dan Kompetensi Merek	Dengan memiliki Yamaha R25 dapat memenuhi keinginan anda untuk mempunyai motor <i>lightweight-motorsport</i>	Interval
		Dengan memiliki Yamaha R25 dapat menaikkan derajat sosial anda	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Variabel Dependen

Tabel 3.3

Dimensi dan Indikator Minat Beli

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
Minat Beli	Minat Transaksional	Saya memiliki kecenderungan untuk membeli Yamaha R25 dibanding kompertitornya (H dan K)	Interval
	Minat Referensial	(tidak di cantumkan, karena tidak sesuai dengan penelitian)	Interval
	Minat Prefensial	Saya tetap akan memilih Yamaha R25 walau pernah terkait masalah <i>recall</i>	Interval
		Yamaha R25 merupakan pilihan utama dalam membeli <i>lightweight-motorsport</i>	Interval
	Minat Eksploratif	Informasi positif ataupun negatif tentang R25, tidak mengubah keputusan minat beli terhadap Yamaha R25	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *survey*. Data yang dipelajari diambil dalam populasi, sehingga ditemukan kejadian-kejadian yang berhubungan antara variabel secara sosiologis. Pendekatan yang dilakukan penulis adalah *survey* yang dikelola dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



pertanyaan tertulis pada responden yang untuk dijawab. Kuesioner diberikan kepada responden yang memiliki keinginan untuk memiliki Yamaha R25. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup, dengan harapan diperoleh informasi mengenai *Celebrity Endorser*, citra merek dan minat beli konsumen Yamaha R25.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti akan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu sistem pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah peminat Yamaha R25 di Bekasi. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *Sampling Purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan tujuan tertentu yaitu harus mengumpulkan data dari peminat Yamaha R25. Jumlah responden yang di ambil adalah 100.

F. Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini alat bantu *software* yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20.0 Teknik analisis data yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur, item kuisoner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur, menurut Priyanto (2014:143) . Suatu kuesioner dinyatakan valid, jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu kriteria validitas yang telah umum digunakan adalah *Construct validitas*. Uji



Validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung dan r tabel (n - 2) Apabila nilai t hitung > t tabel (0.361), maka valid Apabila nilai t hitung < t tabel (0.361), maka tidak valid. Pengujian validitas konstruksi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Corrected Item Total Corelation* pada progam SPSS 20.0 , dengan rumusan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (N \sum Y)^2\}}}$$

X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurangi X

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = jumlah skor dalam distribusi XY

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = banyaknya responden

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel .Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Uji serempak (Uji F)

Uji serempak (Uji F) untuk pengujian hipotesis pertama Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $F_{hitung} <$ dari nilai F_{tabel} , maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama dinyatakan dapat diterima.

3 Uji Asumsi Klasik

a Uji Normalitas

Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji statistik non parametrik *One Kolmogorov Smirnov*. Jika angka probabilitas $< \alpha = 0,05$ maka data residual tidak terdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas $> \alpha = 0,05$ maka variabel terdistribusi secara normal menurut Cooper dan Schindler (2014:395).

b. Uji Heterokedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terjadi heterokedastisitas atau tidak, diperlukan uji heterokedastisitas yang bertujuan untuk mengetahui terjadinya varian residual pada model regresi. Menurut Priyanto (2016:131) model regresi linier yang baik yang tidak adanya masalah Heterokedasitas. Untuk mengetahui adanya heterokedastisitas, penelitian ini menggunakan uji Glejser, jika angka probabilitas $< \alpha = 0,05$ maka model regresi mengandung heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila angka probabilitas $> \alpha = 0,05$ maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.



c. Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2016:129). Uji ini bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas. Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak ada masalah multikolinieritas. Dalam penelitian ini, menggunakan *tolerance* and *value inflation factor* atau VIF. Jika:

- (1.) Nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
- (2.) Nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$ maka terjadi gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut.

Uji Autokorelasi

Menurut Priyatno (2016:139-142). Uji ini adalah keadaan terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji Durbin-Watson.





Dimana keputusannya jika:

$d_U < DW < 4-d_U$ maka tidak terjadi autokorelasi

$DW < d_L$ atau $DW > 4-d_L$ maka terjadi autokorelasi

$d_U < DW < d_U$ atau $4-d_U < DW < 4-d_L$ maka terjadi tidak ada keputusan

yang pasti.

4. Skala Likert

Skala yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2014:40) skala Likert merupakan variasi skala *rating* yang paling sering digunakan, skala *rating* akhir terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan atas objek yang diamati. Partisipan diminta untuk menyetujui atau tidak menyetujui setiap pernyataan, setiap tanggapan diberikan skor numerik yang menunjukkan sikap kesukaan, dan skor ini dapat dijumlah untuk mengukur sikap partisipan secara keseluruhan.

Tabel 3.4

Tabel Skala Likert

Skala peringkat	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



5. Analisis Deskriptif dan Frekuensi

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian (Priyatno 2016:10). Sedangkan analisis frekuensi digunakan untuk menghitung frekuensi pada variabel dan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik (Priyatno 2016:14). Analisis deskriptif dan frekuensi tersebut dihitung menggunakan SPSS 20.0.

6. Rentang Skala

Untuk memposisikan jawaban responden maka digunakan rentang skala yang menggambarkan posisi dari yang sangat rendah ke posisi yang sangat tinggi, Rumus yang digunakan adalah:

$$R_s = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{banyaknya kategori Skor}}$$

$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka skala yang digunakan adalah

1,00-1,80 = Sangat Tidak setuju

1,81-2,60 = Tidak Setuju

2,61-3,40 = Netral / Biasa saja

3,41-4,20 = Setuju

4,21-5,00 = Sangat Setuju



7. Analisis Regresi

Menurut Priyatno (2016:47) Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan linier. Jika menggunakan satu variabel independen maka disebut analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini terdapat dua variabel independen maka regresi linier yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Regresi Linear Berganda.

Model persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

Persamaan

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana

\hat{Y} = Minat Beli Konsumen

X_1 = *Celebrity Endorser*

X_2 = Citra Merek

β_1 = koefisien X_1

β_2 = koefisien X_2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.