

BAB IV HASIL DAN PENBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Data

4.1.1 Karakteristik Responden

Data dipenelitian ini dikumpulkan melalui kuisioner yang sudah disebarakan kepada responden pada penelitian. Pengguna skincare yang pernah membeli produk Bio Beauty Lab adalah responden penelitian ini. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner online melalui *Google Form*. Usia, jenis kelamin, profesi, dan penghasilan responden diidentifikasi melalui kuisioner.

4.1.1.1 Usia Responden

Terdapat karakteristik usia responden minimal 17 tahun, responden yang didapatkan berusia antar 18-40 tahun. Berikut hasil data berdasarkan karakteristik usia.

Tabel 4. 1 Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase
17-23 tahun	95	84.8%
24-29 tahun	14	12.5%
30-35 tahun	2	1.8%
35-40 tahun	1	0.9%
Total	112	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dapat dilihat dari hasil data didapat di tabel 4.1 ditunjukkan usia responden paling banyak yaitu usia 21 tahun sebesar 28,6% dengan jumlah 32 orang dan 22 tahun sebesar 42% atau 47 orang, responden lainnya berusia antara 18-40 tahun, tidak terdapat responden yang memiliki usia dibawah 17 tahun.

4.1.1.2 Jenis Kelamin Responden

Memurut karakteristik jenis kelamin, responden dibagi laki-laki dan perempuan. Hasilnya adalah berikut ini :

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	13	11.6%
Perempuan	99	88.4%
Total	112	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Hasil dari data dapat terlihat ditabel 4.2 menunjukkan kebanyakan responden kuesioner seorang perempuan dengan presentase 88,6% atau 99 orang sedangkan responden laki-laki dengan presentase 11,6% atau 13 orang.

4.1.1.3 Profesi Responden

Menurut karakteristik profesi responden, dibagi menjadi lima kategori. Berikut hasil yang ada dari kategori profesi :

Tabel 4. 3 Profesi Responden

Profesi	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	72	64.3%
Pegawai Negeri Sipil	8	7.1%
Pegawai Swasta	21	18.8%
Wiraswasta	8	7.1%
Lainnya	3	2,7%
Total	112	100%

Sumber: Hasil Pengolahn Data SPS, 2023

Dalam perolehan data ditabel 4.3 yang bisa dilihat bahwa profesi pada responden adalah pelajar/mahasiswa sebesar 64,3% atau 72 orang, pegawai negeri sipil sebesar 7,1% atau 8 orang, pegawai swasta sebanyak 18,8% atau 21 orang, wiraswasta sebesar 7,1% atau 8 orang, dan profesi lainnya 2,7% atau 3 orang.

4.1.1.4 Penghasilan Responden

Terdapat karakteristik pada responden yang dilihat berdasarkan penghasilan terbagi menjadi 4 kelompok. Berikut hasil data dari karakteristik penghasilan responden :

Tabel 4. 4 Penghasilan Responden

Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase
< Rp.1.000.000	33	29.5%
Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000	55	49.1%
Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	21	18.8%
> Rp 10.000.000	3	2.7%
Total	112	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Terdapat data dari perolehan di tabel 4.4 bisa dilihat penghasilannya < Rp.1.000.000 yaitu presentase 29,5% atau 33 responden, penghasilan Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000 sebesar 49,1% yaitu 55 orang, Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000 sebesar 18,8% yaitu 21 orang, dan > Rp 10.000.000 sebesar 2,7% yaitu 3 orang.

4.1.2 Statistik Deskriptif

4.1.2.1 Uji Deskriptif *Brand Ambassador*

Tabel 4. 5 Uji Deskriptif *Brand Ambassador*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	112	2	5	4.06	.739
X1.2	112	2	5	3.93	.732
X1.3	112	2	5	4.42	.731
X1.4	112	2	5	3.91	.778
Valid N (listwise)	112				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Terdapat hasil data dari perolehan pada tabel 4.5 bisa dilihat indikator X1.4 mempunyai nilai dengan rata-rata yang terendah dengan nilai 3.91 dan indikator X1.3 mempunyai nilai dengan rata-rata yang tinggi dengan nilai 4.42. Secara menyeluruh, nilai standard deviasi yang jauh jika dibandingkan dengan angka 0 menunjukkan responden memiliki tanggapan dengan berbeda dari pernyataan tersebut.

4.1.2.2 Uji Deskriptif Kualitas Produk

Tabel 4. 6 Uji Deskriptif Kualitas Produk

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	112	1	5	3.93	.756
X2.2	112	3	5	4.21	.607
X2.3	112	2	5	4.12	.732
X2.4	112	2	5	4.07	.732
Valid N (listwise)	112				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Terdapat hasil data dari perolehan pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa indikator X2.4 mempunyai nilai dengan rata-rata yang terendah dengan nilai 4.07 dan indikator X2.2 mempunyai nilai dengan rata-rata yang tinggi dengan nilai 4.21. Secara menyeluruh, nilai standard deviasi yang jauh jika dibandingkan dengan angka 0 menunjukkan bahwa responden mempunyai tanggapan yang berbeda mengenai pernyataan tersebut.

4.1.2.3 Uji Deskriptif Harga

Tabel 4. 7 Uji Deskriptif Harga

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	112	2	5	4.26	.694
X3.2	112	3	5	4.26	.640
X3.3	112	2	5	3.84	.855
X3.4	112	3	5	4.15	.633
Valid N (listwise)	112				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Terdapat hasil data dari perolehan pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa indikator X3.3 mempunyai nilai dengan rata-rata yang terendah dengan nilai 3.84 dan indikator X3.1 dan X3.2 mempunyai nilai dengan rata-rata yang tinggi dengan nilai 4.26. Secara menyeluruh, nilai standard deviasi yang jauh jika dibandingkan dengan angka 0 menunjukkan bahwa responden mempunyai tanggapan yang berbeda mengenai pernyataan tersebut.

4.1.2.4 Uji Deskriptif Keputusan Pembelian

Tabel 4. 8 Uji Deskriptif Keputusan Pembelian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	112	2	5	4.24	.701
Y1.2	112	3	5	4.12	.681
Y1.3	112	2	5	4.21	.740
Y1.4	112	1	5	3.89	.787
Valid N (listwise)	112				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Terdapat hasil data dari perolehan ditabel 4.8 bisa dilihat indikator Y1.4 mempunyai nilai dengan rata-rata yang terendah dengan nilai 3.89 dan indikator Y1.1 mempunyai nilai dengan rata-rata yang tinggi dengan nilai 4.24. Secara menyeluruh, nilai standard deviasi yang jauh jika dibandingkan dengan angka 0 menunjukkan bahwa responden mempunyai tanggapan yang berbeda mengenai pernyataan tersebut.

4.1.3 Uji Validitas

4.1.3.1 Uji Validitas Variabel *Brand Ambassador*

Tabel 4. 9 Uji Validitas *Brand Ambassador*

Item Pernyataan	Pearson Correlation	r table	Keterangan
X1.1	0.762	0.1857	Valid
X1.2	0.677	0.1857	Valid
X1.3	0.601	0.1857	Valid
X1.4	0.681	0.1857	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Angka pada r tabel yaitu 0,1857. Berdasarkan tabel di atas, setiap item dengan *brand ambassador* memiliki nilai r hitungnya lebih besar daripada nilai r tabel. jadi, kesimpulannya variabel *brand ambassador* (X1) merupakan variabel yang valid pada penelitian ini. Jadi, *brand ambassador* mampu digunakan menjadi alat penelitian, pada setiap dari pernyataan dalam kuesioner bisa digunakan sebagai pengukur dari variabel yang akan diteliti.

4.1.3.2 Uji Validitas Variabel Kualitas Prodiuk

Tabel 4. 10 Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r table	Keterangan
X2.1	0.702	0.1857	Valid
X2.2	0.616	0.1857	Valid
X2.3	0.711	0.1857	Valid
X2.4	0.697	0.1857	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Angka r tabel didapat adalah 0,1857. Tabel 4.10 menunjukkan setiap item berkaitan dengan kualitas produk punya nilai pada r hitung lebih besar dari r tabel. Jadi, kesimpulannya kualitas produk (X2) dalam penelitian yaitu valid. Jadi, kualitas produk bisa digunakan menjadi alat penelitian, setiap dari pernyataan dalam kuesioner bisa digunakan sebagai pengukur variabel yang dimaksud.

4.1.3.3 Uji Validitas Variabel Harga

Tabel 4. 11 Uji Validitas Harga

Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r table	Keterangan
X3.1	0.682	0.1857	Valid
X3.2	0.65	0.1857	Valid
X3.3	0.784	0.1857	Valid
X3.4	0.735	0.1857	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Angka r tabel didapat adalah 0,1857. Tabel 4.11 menunjukkan setiap item berkaitan dengan harga punya nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel. Jadi, kesimpulan variabel harga (X3) dalam penelitian yaitu valid. Jadi, harga bisa digunakan menjadi alat penelitian, setiap pernyataan yang dalam kuesioner bisa digunakan sebagai pengukur variabel yang dimaksud.

4.1.3.4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4. 12 Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r table	Keterangan
Y1.1	0.685	0.1857	Valid
Y1.2	0.715	0.1857	Valid
Y1.3	0.717	0.1857	Valid
Y1.4	0.663	0.1857	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Angka r tabel didapat dari signifikansi angka statistik yaitu $df = N - 2$ ($112 - 2$) dengan signifikan 5% atau 0.05 adalah 0,1857. Tabel 4.12 menunjukkan setiap item berkaitan dengan keputusan pembelian memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Artinya disimpulkan variabel keputusan pembelian (Y) yang digunakan dalam penelitian ini valid. Jadi, keputusan pembelian bisa digunakan menjadi alat penelitian, setiap pernyataan yang dalam kuesioner bisa digunakan sebagai pengukur variabel yang dimaksud.

4.1.4 Uji Reliabilitas

4.1.4.1 Uji Reliabilitas Variabel *Brand Ambassador*

Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas *Brand Ambassador*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.614	4

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dilihat dari data di tabel 4.13 terdapat *Cronbach's Alpha* pada *brand ambassador* 0.614 nilainya ditunjukkan > 0.60 . Jadi artinya instrumen *brand ambassador* reliabel.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.619	4

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dilihat dari data pada tabel 4.14 terdapat *Cronbach's Alpha* pada kualitas produk sebesar 0.619 nilainya dapat dikatakan > 0.60 . Jadi artinya instrument kualitas produk reliabel.

4.1.4.3 Uji Reliabilitas Variabel HARRGA

Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.677	4

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dilihat dari data dalam ditabel 4.15 terdapat *Cronbach's Alpha* harga 0.677 nilainya dapat dikatakan > 0.60 . Jadi artinya instrumen harga reliabel.

4.1.4.4 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.641	4

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dilihat dari data dalam ditabel 4.16 terdapat *Cronbach's Alpha* keputusan pembelian 0.641 nilainya terbukti > 0.60 . Jadi artinya instrument keputusan pembelian reliabel.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

Uji ini peneliti menggunakan *kolmogorov Smirnov*. Di uji ini berguna dalam menentukan datanya apakah berdistribusi normal. Nilai r tabel didapat dari signifikansi angka statistik yaitu $df = N - 2$ ($112 - 2$). *Kolmogorov smirnov* memiliki syarat yaitu :

1. Nilai signifikan > 0.05 artinya datanya dapat berdistribusi dengan normal.
2. Nilai signifikan < 0.05 artinya datanya tidak dapat berdistribusi dengan normal.

Berikut ialah hasil dari uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* :

Tabel 4. 17 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39620020
	Positive	.060
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.17, nilai dari uji normalitas tertulis signifikansinya yaitu 0.200 dan nilai sig nya > 0.05 , artinya dikatakan data dapat berdistribusi dengan normal.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukannya uji ini adalah agar mengetahui model pada regresi menunjukkan korelasi yang ada pada variabel bebas. Jika dilihat angka *tolerances*, saat nilai *tolerancenya* $>$ angka 0.10 artinya tak ada multikolinearitas diantara variabel bebas, jika nilai *tolerancenya* kurang dari angka 0.10, artinya menunjukkan multikolinearitas. Selain itu, nilai pada VIF perlu kurang dari angka 10.00, agar tidak ada terjadinya multikolinearitas. Hasil pada uji multikolinearitas penelitian :

Tabel 4. 18 Uji Multikolnearitas

Coefficients ^a			
Model		Colinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.685	1.459
	X2	.455	2.198
	X3	.468	2.136

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dalam data ditabel 4.18, seluruh variabel punya nilai *tolerancenya* yang > 0.10 serta juga nilai VIF yang < 10.00 berarti variabel *brand ambassador* (X1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,685 dan nilai VIF sebesar 1.459, yang menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador* tidak menunjukkan multikolinearitas, kemudian variabel kualitas produk (X2) punya nilai *tolerancenya* yaitu 0.455 serta nilai pada VIF nya sebesar 2.198. Hal itu menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak menunjukkan multikolinearitas, dan variabel harga (X3) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.468 dan nilai VIF sebesar 2.136 artinya variabel harga juga tidak menunjukkan multikolinearitas.

4.1.5.3 Uji Heterokedastisitas

Tabel 4. 19 Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.074	.827		2.506	.014
	X1	-.020	.051	-.045	-.388	.699
	X2	-.054	.065	-.118	-.836	.405
	X3	.012	.061	.028	.202	.840

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dilihat dari tabel diatas, tidak menunjukkan heteroskedastisitas, dilihat nilai pada signya yang ada brand ambassador (X1) adalah 0,699, nilai pada signya yang ada kualitas produk adalah 0,405, dan juga nilai pada signya yang ada harga adalah 0,840. Artinya semua nilainya lebih dari angka 0.05

4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada uji yang dilakukan regresi linear berganda berguna dalam menentukan apakah ada pengaruhnya dari variabel bebas disini Brand Ambassador (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3), dengan variabel yang terikat, Keputusan Pembelian (Y). Dalam uji ini diuraikan dibawah :

Tabel 4. 20 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.894	1.302	
	X1	.091	.080	.090
	X2	.339	.102	.325
	X3	.398	.096	.400

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dalam data ditabel 4.20 mendapat persamaan atas variabel yang berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah :

$$Y = 2.894 + 0.091X_1 + 0.339X_2 + 0.398X_3 + e$$

1. Konstanta

Nilai dari konstanta senilai 2.894 menunjukkan kualitas produk juga harga akan memengaruhi keputusan pembelian jika variabel bebas dari variabel *brand ambassador* tidak berubah.

2. Koefisien *Brand Ambassador*

Dengan koefisien regresi 0,091 artinya *brand ambassador* berdampak positif pada keputusan pembelian, saat variabel *brand ambassador* meningkat 1%, artinya variabel keputusan pembelian akan meningkat 9,1 persen.

3. Koefisien Kualitas Produk

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel pada kualitas produk, senilai koefisien regresi 0,339, artinya saat variabel kualitas produk meningkat 1%, jadi variabel keputusan pembelian juga meningkat 33,5%. Dengan kata lain, peningkatan variabel kualitas produk mengarah pada peningkatan variabel pada keputusan pembelian, dan penurunan variabel kualitas produk mengarah pada penurunan variabel keputusan pembelian.

4. Koefisien Harga

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga dengan koefisien regresi 0.398, variabel keputusan pembelian akan meningkat 39,8% berarti variabel harga meningkat 1%.

4.1.7 Pengujian Hipotesis

4.1.7.1 Koefisien Determinasi

Dengan menggunakan koefisien determinasi, kita dapat mengetahui baik dan tidaknya model untuk menjelaskan berbagai variabel terikat. Disini variabel bebas, Brand Ambassador (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) semuanya mampu menerangkan variabel terikat. Keputusan Pembelian (Y). Uji koefisien determinasi disajikan ditabel ini :

Tabel 4. 21 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.514	1.415
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y1				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dalam data ditabel 4.21 terdapat koefisien determinasi senilai 0.514 berarti variabel *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga memberikan kerjasama dengan keputusan pembelian senilai 51,4% kemudian sisa senilai 48,6% terpengaruh dari faktor yang lainnya.

4.1.7.2 Uji t (Parsial)

Dalam Uji t berguna mengetahui dari pengaruh harga, kualitas produk, dan variabel *brand ambassador* dengan keputusan pembelian konsumen. Adanya pengaruh dari variabel X dengan variabel Y jika nilai sig < 0.05 atau t hitung > t tabel, dan sebaliknya tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y jika nilai pada sig sejumlah > 0.05 dan juga t hitung < t tabel. Pada uji t hasilnya adalah:

Tabel 4. 22 Uji t (Parsial)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.224	.028
	X1	1.131	.260
	X2	3.315	.001
	X3	4.141	.000
a. Dependent Variable: Y1			

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Nilai yang ada dalam t tabel penelitian adalah 1,981 karena angka 109 menunjukkan nilai 1,981 dengan signifikansi 0,025. Dilihat dari tabel di atas, jadi terdapat hasil pada uji hipotesis yaitu :

1. Variabel *Brand Ambassador* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pada tabel 4.22 diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ adalah $1.131 < 1.981$ serta nilai sig yaitu $0.260 > 0.05$ jadi simpulannya variabel *brand ambassador* tidak ada pengaruh yang signifikan dengan keputusan pembelian, berarti H_0 dapat diterima sedangkan H_1 dikatakan ditolak yang artinya ada pengaruh signifikan *brand ambassador* (X₁) dengan keputusan pembelian (Y).

H₁: *Brand ambassador* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pada tabel 4.22 diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ adalah $3.315 > 1.981$ serta nilai sig yaitu $0.001 < 0.05$ jadi simpulannya variabel kualitas produk ada pengaruh yang signifikan dengan keputusan pembelian, berarti H_0 dikatakan ditolak sedangkan H_1 dapat diterima yang artinya ada pengaruh signifikan kualitas produk (X₂) dengan keputusan pembelian (Y).

H₂: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Variabel Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pada tabel 4.22 diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ adalah $4.141 > 1.981$ serta sig yaitu $0.000 < 0.05$, simpulannya harga ada pengaruh yang signifikan dengan keputusan pembelian, berarti H_0 dikatakan ditolak sedangkan H_1 dapat diterima yang artinya ada pengaruh signifikan harga (X₃) dengan keputusan pembelian (Y).

H₃: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.1.7.3 Uji f (ANOVA)

Uji f digunakan dalam menentukan berpengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terkait dengan bersamaan. Apabila $\text{sig} < 0.05$ atau $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$, pengaruh variabel X dengan bersamaan dengan variabel Y, apabila nilai sig senilai > 0.05 dan juga $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara bersamaan dengan variabel Y.

Tabel 4. 23 Uji F (ANOVA)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	241.539	3	80.513	40.186	.000 ^b
	Residual	216.381	108	2.004		
	Total	457.920	111			
a. Dependent Variable: Y1						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dalam tabel distribusi, angka 2 pada f_{tabel} di 108 dengan signifikansi 0.05 sebesar 3.08 maka dari itu nilai pada f_{tabel} adalah 3.08. Diketahui $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ adalah senilai $40.186 > 3.08$. Artinya variabel *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H₄: Brand ambassador, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengujian hipotesis pertama yang telah dilakukan pada tabel 4.22 maka bisa disimpulkan yaitu variabel *brand ambassador* tidak ada pengaruh signifikan pada variabel keputusan pembelian, jadi dapat disimpulkan juga *brand ambassador* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian memiliki hasil mendukung penelitian sebelumnya oleh Tampenawas

et al. (2021), Sasmita (2019), dan Ngantung (2021), Juliana (2021) menyatakan *brand ambassador* terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Artinya apabila *brand ambassador* bio beauty lab ditingkatkan kembali dengan itu keputusan pembelian juga ikut meningkat.

Berdasarkan jawaban responden mengenai *brand ambassador* bio beauty lab diketahui bahwa mayoritas pengguna produk bio beauty lab kebanyakan merespon dengan setuju dan juga sangat setuju pada kuisioner. Dengan hasil yang diperoleh menunjukkan para pengguna merasa *brand ambassador* yang telah ditetapkan bio beauty lab sesuai atau memuaskan. Pengguna Bio Beauty Lab setuju bahwa Sophia Latjuba sebagai *brand ambassador* Bio Beauty Lab merupakan seseorang yang dikenal oleh masyarakat, memiliki pengetahuan yang luas tentang skincare, memiliki fisik yang cantik, anggun, dan menarik. Sophia Latjuba juga dianggap memiliki kekuatan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian produk Bio Beauty Lab.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengujian hipotesis kedua yang telah dilakukan pada tabel 4.22 maka bisa disimpulkan yaitu variabel kualitas produk punya pengaruh signifikan pada variabel keputusan pembelian, jadi dapat disimpulkan juga kualitas produk mempunyai pengaruh positif juga signifikan pada putusan pembelian.

Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian terdahulu oleh penelitian Wahyuningsih & Nadiya (2020), Listighfaroh (2019), Ardani & Oktavenia (2019), Jorie *et al.*, (2021) menyatakan kualitas produk punya pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian

Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel kualitas produk diketahui mayoritas pengguna produk bio beauty lab rata-rata responden survei setuju dan sangat setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa para pengguna mendapat kualitas produk baik atau sesuai dari merek bio beauty lab, konsumen juga melihat kualitas produk bio beauty lab dari segi packaging dan kandungan yang ada pada produk bio beauty lab sehingga memutuskan untuk membeli produk bio beauty lab.

4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengujian hipotesis ketiga yang telah dilakukan pada tabel 4.22 maka bisa disimpulkan yaitu variabel harga terdapat pengaruh signifikan pada variabel keputusan pembelian, jadi disimpulkan harga berpengaruh positif juga signifikan pada keputusan pembelian.

Hasil penelitian didukung hasil dari penelitian terdahulu oleh Gunarsih *et al.*, (2021), Handayani & Faozi (2019), Yasmine (2021), Suarmanayasa & Yuliani (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan jawaban responden mengenai harga bio beauty lab diketahui bahwa mayoritas pengguna produk bio beauty lab rata-rata responden survei setuju dan sangat setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa harga Bio Beauty Lab masuk akal sudah sesuai baik atau sesuai dengan kualitas produk serta manfaat yang dihasilkan dari produk bio beauty lab, harga yang ditetapkan juga terjangkau bagi pelanggan dan bisa menyaingi produk yang lain, konsumen menyatakan bahwa harga bisa mempengaruhi mereka dalam keputusan membeli produk bio beauty lab.

4.2.4 Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasilnya pengujian hipotesis keempat yang dilakukan ditabel 4.23 maka bisa disimpulkan yaitu tiga variabel secara simultan dan bersama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, tiga variabel juga sama-sama mendukung dan mengikat dalam keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian terdahulu oleh Gilang & Chasanah (2023), Widyawati (2019) menyatakan bahwa *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan jawaban responden mengenai harga ketiga variabel diketahui bahwa mayoritas pengguna produk bio beauty lab rata-rata responden survei setuju dan sangat setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa harga Bio Beauty Lab masuk akal para pengguna merasa *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga dari merek bio beauty lab sudah sesuai dengan yang ditetapkan.