



BAB III

METODE PENELITIAN

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

A. Objek Penelitian

Objek yang diteliti ialah *smartphone* Samsung dan subjek pada penelitian ini ialah konsumen yang sudah pernah melaksanakan pembelian terhadap produk brand Samsung.

A. Desain Penelitian

Penelitian ini diperuntukkan dalam mengetahui tentang pengaruh iklan dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Jenis data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif yang bersifat primer, yakni data berasal dari pengumpulan jawaban kuesioner yang dimanfaatkan untuk keperluan analisis dan pengolahan data. Penelitian ini dilaksanakan dengan memanfaatkan metode analisis regresi berganda melalui program *IBM SPSS Statistics 20*.

Sebagaimana yang diterangkan Cooper dan Schindler (2017:148) Desain penelitian diklasifikasi ke dalam beberapa kategori, yakni :

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Bedasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian, penelitian ini termasuk kedalam studi formal karena penelitian ini mempunyai tujuan untuk melakukan pengujian terkait dengan hipotesis-hipotesis sebagaimana yang didasarkan pada variable yang diteliti dan menjawab pertanyaan yang sudah dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang dimanfaatkan ialah

proses komunikasi, dimana peneliti menyebarkan kuisisioner secara *online* memanfaatkan *Google Forms* sebagai media penyampaian kuisisioner yang berisi beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon dari responden.

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variable

Sebagaimana yang didasarkan pada kemampuan kontrol yang dimiliki oleh peneliti dalam memanipulasi variable, penelitian ini memanfaatkan *ex post facto* dimana peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap variable yang mana pada akhirnya tidak bisa memanipulasi variable. Penelitian ini hanya berisikan apa yang bisa dilaporkan oleh peneliti bukan memanipulasi variable.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal-eksplanatori (*causal-explanatory*), karena penelitian ini berfokus pada bagaimana satu variable menyebabkan perubahan pada variable lainnya.

5. Dimensi Waktu

Sebagaimana yang didasarkan pada macam studi dimensi waktu, penelitian ini memanfaatkan studi *cross-sectional*, yakni dimana penelitian ini hanya menyetakan satu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Pada penelitian ini, yang dimanfaatkan ialah studi statistik karena didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini berusaha

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.



menangkap karakteristik responden dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel berupa hipotesis.

7. Lingkungan Penelitian

Lingkungan penelitian yang diambil oleh peneliti ialah memanfaatkan kondisi lingkungan (*field condition*) karena penelitian ini dilaksanakan sebagaimana yang didasarkan pada keadaan kondisi lingkungan sebenarnya dengan memperoleh respon dari responden melalui kuisioner yang disediakan.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Kesadaran persepsi partisipan dalam melaksanakan pengisian kuesioner di nilai bisa memberikan pengaruh terhadap hasil penelitian secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, diusahakan persepsi yang diberikan ialah persepsi yang nyata dan tidak mengganggu rutinitas keseharian partisipan.

B. Variable Penelitian

Sebagaimana yang diterangkan Cooper dan Schindler (2017:64), variable ialah simbol dari kejadian, tindakan, karakteristik, perlakuan, maupun atribut yang bisa diukur dan yang bisa diberikan penilaian. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variable, yakni variable terikat dan variable bebas. Beberapa variable yang di teliti dalam penelitian ini yakni Iklan (X1) dan *Brand Ambassador* (X2) yang menjadi variable bebas (*independentt*) dan Keputusan Pembelian (Y) yang menjadi variable terikat (*dependentt*).

1. Iklan (X1)

Sebagaimana yang diterangkan Kotler *et al.* (2020:450), Iklan ialah segala bentuk presentasi non-pribadi dan promosi ide, barang ataupun jasa yang dibayar oleh sponsor



tertentu. Pengukuran variable yang dimanfaatkan dalam penelitian ini dengan memanfaatkan tiga dimensi beserta pertanyaan yang disaketikan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

| Dimensi | Indikator | Pernyataan | Skala |
|---------|-----------|---|----------|
| | Message | Iklan BTS yang dilakukan Samsung mudah dimengerti dalam penyampaianya. | Interval |
| | | Iklan BTS yang dilakukan oleh Samsung membuat saya semakin ingin mengetahui mengenai jenis <i>smartphone</i> terbaru yang mereka keluarkan. | |
| | Media | Iklan BTS yang dilakukan Samsung sering saya temui dimedia yang saya gunakan. | Interval |

Sumber : Diadaptasi dari Kotler (2009) dalam Sinaga (2021)

2. *Brand Ambassador* (X2)

Sebagaimana yang diterangkan Firmansyah (2019:137) brand ambassador ialah seorang individu yang mempunyai kecintaan terhadap merek dan bisa memberikan pengaruh ataupun mengajak konsumen untuk melaksanakan pembelian terhadap ataupun memanfaatkan suatu produk. Penggunaan *brand ambassador* dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pengaruh ataupun mengajak konsumen memanfaatkan produk, penggunaan *brand ambassador* biasanya memanfaatkan selebriti ternama. Pada penelitian ini, *brand ambassador* yang di teliti adalah “Bangtan Sonyeon” atau disingkat BTS yang merupakan *boyband* asal Korea yang gempar diperbincangkan banyak orang dikalangan anak muda dan Pengukuran variable yang dimanfaatkan dalam penelitian ini dengan memanfaatkan empat alat pengukuran beserta pertanyaan yang disaketikan pada tabel 3.2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



Tabel 3.2

Operasional Variabel

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

| Dimensi | Indikator | Pernyataan | Skala |
|---------|--------------|---|----------|
| | Transference | BTS mampu memberi pengaruh kepada para konsumen untuk melaksanakan pembelian terhadap <i>smartphone</i> Samsung. | Interval |
| | Congruence | BTS mampu memberi pesan positif kepada masyarakat yang membuat konsumen tertarik untuk melaksanakan pembelian terhadap <i>smartphone</i> Samsung. | Interval |
| | Kredibilitas | BTS mampu memberi citra yang baik mengenai <i>smartphone</i> Samsung. | Interval |
| | Daya Tarik | BTS mampu memerankan iklan dari Samsung dengan baik yang mana pada akhirnya menarik perhatian saya. | Interval |
| | Power | BTS mampu menarik perhatian saya untuk meningkatkan keinginan saya melaksanakan pembelian terhadap <i>smartphone</i> Samsung. | Interval |

Sumber : Lea-Greenwood (2013) dalam Firmansyah (2019:139)

3. Keputusan Pembelian (Y)

Sebagaimana yang diterangkan Armstrong dan Kotler (2018:177), keputusan pembelian ialah keputusan konsumen dalam melaksanakan pembelian terhadap merek yang paling disukai. Pengukuran variable yang dimanfaatkan dalam penelitian ini dengan memanfaatkan enam dimensi beserta pertanyaan yang disaketikan pada tabel 3.3.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Tabel 3. 3

Operasional Variabel

| Dimensi | Indikator | Pernyataan | Skala |
|--|-----------------------------|---|----------|
| Pilihan Produk Hak Cipta (melindungi Undang-Undang) | Keunggulan produk | Saya memilih <i>smartphone</i> dari brand Samsung karena mempunyai kualitas yang lebih unggul dibanding merek lainnya. | Interval |
| | Manfaat produk | Saya memilih produk <i>smartphone</i> dari brand Samsung karena mempunyai fitur yang saya perlukan dalam melaksanakan aktifitas keseharian. | |
| | Pemilihan produk | Saya memilih produk <i>smartphone</i> dari brand Samsung karena sesuai dengan kualitas yang saya inginkan. | |
| Pilihan Merek Hak Cipta (melindungi Undang-Undang) | Ketertarikan pada merek | Saya memilih produk <i>smartphone</i> dari brand Samsung karena sudah dikenal luas mempunyai citra merek yang baik. | Interval |
| | Kebiasaan pada merek | Saya memilih <i>smartphone</i> dari brand Samsung karena sudah memanfaatkannya selama beberapa tahun. | |
| | Kesesuaian harga | Saya memilih produk <i>smartphone</i> dari brand Samsung karena harga yang diberikan sesuai dengan kualitas dan manfaatnya. | |
| Pilihan Penyalur Hak Cipta (melindungi Undang-Undang) | Pelayanan yang diberikan | Pelayanan yang diberikan oleh pihak Samsung membuat saya nyaman semakin yakin untuk melaksanakan pembelian terhadap produknya. | Interval |
| | Kemudahan untuk mendapatkan | Saya bisa dengan mudah untuk melaksanakan pembelian terhadap produk <i>smartphone</i> Samsung karena distributornya ada dimana-mana. | Interval |
| | Persediaan barang | Saya bisa dengan mudah melaksanakan pembelian terhadap produk <i>smartphone</i> Samsung karena kesediaan produknya selalu ada. | Interval |
| Waktu Pembelian Hak Cipta (melindungi Undang-Undang) | Kesesuaian dengan keperluan | Saya melaksanakan pembelian terhadap <i>smartphone</i> Samsung yang baru untuk menggantikan <i>smartphone</i> saya yang sudah lama. | Interval |
| | Keuntungan yang dirasakan | Fitur dalam pada <i>smartphone</i> Samsung dengan seri terbaru memudahkan saya untuk beraktivitas dibanding dengan <i>smartphone</i> lama saya. | Interval |
| | Alasan Pembelian | Saya melaksanakan pembelian terhadap <i>smartphone</i> baru ketika <i>smartphone</i> saya rusak dan mengikuti seri terbaru. | Interval |

© Hak Cipta milik IBI Kias (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3. 3 Lanjutan
Operasional Variabel

| Dimensi | Indikator | Pernyataan | Skala |
|------------------|----------------------------|--|----------|
| Jumlah Pembelian | Keputusan jumlah pembelian | Saya melaksanakan pembelian terhadap <i>smartphone</i> Samsung sebanyak satu buah untuk keperluan beraktivitas saya dalam berkomunikasi. | Interval |

Sumber : Widokarti dan Priansa (2019:37)

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sebagaimana yang diterangkan Sekaran dan Bougie (2017a:54), “sampel ialah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, beberapa, namun tidak semua, elemen populasi membentuk sampel. Alasan mempelajari sampel ialah peneliti mampu menarik kesimpulan yang bisa digeneralisasikan terhadap populasi ketertarikan(yang diminati)”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah *non-probability sampling*, dimana setiap elemen dalam populasi tidak mempunyai peluang ataupun kesempatan yang sama dengan elemen ataupun anggota populasi yang lain untuk dipilih menjadi sampel. Pendekatan dari *non-probability sampling* yang dimanfaatkan ialah *judgement sampling*, yakni sampel *non-probability* yang pengambilan anggotanya sebagaimana yang didasarkan pada pertimbangan ataupun kriteria tertentu Sekaran & Bougie (2017b:68). Kriteria yang dimanfaatkan ialah konsumen yang pernah menggunakan *smartphone* Samsung.

Untuk pengukuran sampel, sebagaimana yang diterangkan Hair (2019:133) ada pedoman yang didasarkan pada ukuran absolut dataset, rasio kasus terhadap variable, dan “kekuatan” hasil analisis faktor. Dalam hal ukuran absolut, peneliti umumnya tidak akan menganalisis faktor sampel kurang dari 50 pengamatan, dan sebaiknya ukuran sampel harus 100 ataupun lebih besar. Para peneliti telah menyarankan sampel yang jauh

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 HAK Cipta Dilindungi Undang-Undang
 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.



lebih besar (200 dan lebih besar) karena jumlah variable dan jumlah faktor yang diharapkan meningkat. Dalam hal rasio pengamatan terhadap variable, aturan umumnya ialah mempunyai pengamatan minimal lima kali lebih banyak dari jumlah variable yang akan dianalisis, dan ukuran sampel yang lebih bisa diterima akan mempunyai rasio 10:1. Dalam penelitian ini, terdapat 21 item pernyataan, maka jumlah sampel minimum yang diperlukan sebagaimana yang didasarkan pada perhitungan yakni $21 \times 5 = 105$ responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini yakni teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada responden. Sebagaimana yang diterangkan Sekaran & Bougie (2017b:170), kuesioner (*questionnaire*) ialah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas.

Jenis kuesioner yang dimanfaatkan ialah pernyataan tertutup, yang dimana pernyataan sudah dilakukan penyusunan sebelumnya dengan memberi pilihan jawaban yang sudah dipersiapkan oleh peneliti. Kuesioner dilakukan penyusunan memanfaatkan skala Likert yang dimana berisikan lima tingkatan, yakni dimulai dari paling kiri STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju.

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Menurut Umar (2019:130), menyatakan analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang telah dikumpulkan apa adanya tanpa berniat membuat kesimpulan yang berlaku



untuk generalisasi atau umum. Menganalisis data dalam bentuk analisis deskriptif dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Rerata Hitung (*Mean*)

Rerata hitung ataupun *mean* dilaksanakan dengan melakukan penjumlahan terhadap seluruh nilai data suatu kelompok sampel, selanjutnya dilakukan pembagian dengan jumlah sampel tersebut. *Mean* bisa dihitung dengan memanfaatkan rumus di bawah ini:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{N}$$

Keterangan:

\bar{x} = rerata hitung (*mean*)

x_i = nilai sampel ke-*i*

N = jumlah sampel

b. Analisis Persentase

Analisis persentase dimanfaatkan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya.

Rumus yang dimanfaatkan ialah di bawah ini:

$$Fr = \frac{\sum F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr = Persentase

F = Frekuensi jawaban responden

N = Total responden/sampel

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Rerata Tertimbang

Rumus yang bisa dimanfaatkan untuk menghitung skor rerata tertimbang ialah di bawah ini:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = skor rerata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

d. Rentang Skala

Setelah nilai rerata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan memanfaatkan nilai skor setiap variable. Oleh karena itu, perlu dihitung rumus rentang skala di bawah ini:

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

Rs = rentang skala

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas ataupun kategori

Skor tertinggi ialah 5 dan skor terendah ialah 1, dengan jumlah kelas ataupun kategori ialah 5, maka bisa ditentukan rentang skalanya di bawah ini:

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

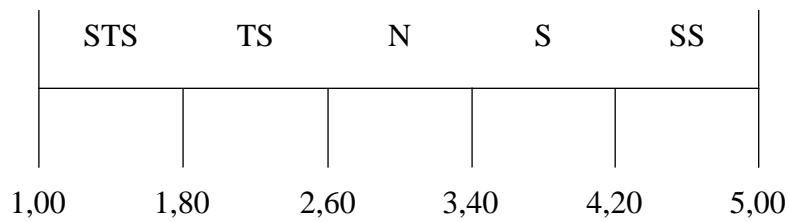
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Umar (2019:63), uji validitas merupakan sebuah uji analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu pertanyaan atau pernyataan yang ada pada kuesioner ada yang harus di hapus atau diganti karena tidak mengukur yang hendak diukur. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas suatu indikator bisa dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh diantara suatu variable laten dengan indikatornya. Uji signifikansi dilaksanakan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df)= N-2. Peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan N = 105; $\alpha = 0,05$; r-tabel = 0,192. Rumus yang dimanfaatkan di bawah ini :

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.



$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Keterangan :

- = Koefisien Korelasi
- = jumlah sampel
- = item pernyataan
- = skor total item pernyataan

Kriteria utama dalam menetapkan suatu putusan, yakni:

- a. $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka pernyataan yang diteliti dianggap valid
- b. $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka pernyataan yang diteliti dianggap tidak valid
- b. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2019:68), reliabilitas merupakan alat untuk menetapkan apakah alat ukur kuesioner yang digunakan konsisten. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel ataupun handal ketika jawaban seorang individu terhadap pernyataan ialah konsisten ataupun stabil dari waktu ke waktu. Suatu variable dinyatakan reliabel ketika memberi nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 (Nunnaly,1994 dalam Ghozali, 2016).

Adapun rumus dari *Cronbach's Alpha* ialah di bawah ini :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas instrumen
- k = jumlah pernyataan
- σt^2 = varians total

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.



$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Umar (2019:75), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Ketika nilai residual berdistribusi normal maka model regresi tersebut bisa dinyatakan baik. Uji normalitas yang dimanfaatkan dalam penelitian ini ialah uji Kolmogorov Smirnov.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Umar (2019:75), bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas(independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di diantara variable independent. Uji multikolinieritas yang dimanfaatkan dalam penelitian ini ialah Variance Inflation Factor (VIF). Apabila $VIF > 10$ maka terjadi multikolinieritas dan terkait dengan apabila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2019:76), bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan ketika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah apabila nilai $sig > 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai $sig < 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

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.



4. Analisis Regresi Linier Ganda

- Menurut Sekaran dan Bougie (2017a:139), analisis regresi berganda merupakan teknik multivariat yang sering kali digunakan dalam penelitian bisnis. Analisis regresi bisa dilaksanakan apabila terdapat dua ataupun lebih variable bebas. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini ialah di bawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

X_1 = Iklan

X_2 = Brand ambassador

β_1 = koefisien regresi variable iklan

β_2 = koefisien regresi variable brand ambassador

e = error

a. Uji Model (Uji F)

Menurut Umar (2019:137), uji model adalah uji apakah model regresi dapat digunakan atau tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk mengetahui hal tersebut ialah dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Apabila nilai Sig < 0,05 ataupun F hitung > F table, yang berarti variable independent secara simultan memberikan pengaruh terhadap variable dependent. Dan terkait dengan, apabila nilai Sig > 0,05 ataupun F hitung < F tabel, yang berarti variable independent secara simultan memberikan pengaruh terhadap variable dependent.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Umar (2019:137), uji signifikansi paramete individual (uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Penelitian ini, diuji memanfaatkan uji t dengan $\alpha = 5\%$. Pengambilan kesimpulan didapatkan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung $< t$ tabel maka terima H_0 dan H_1 ditolak, dan apabila t hitung $> t$ tabel maka tolak H_0 dan terima H_1 . Selain itu, bisa dilihat sebagaimana yang didasarkan pada probabilitas signifikan. Apabila probabilitas signifikan $> \alpha$ (0,05) maka terima H_0 .

i. Pengaruh Iklan (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

ii. Pengaruh *Brand Ambassador* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 > 0$$

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Sebagaimana yang diterangkan Ghozali (2016:95), koefisien determinasi (R^2) pada intinya melakukan pengukuran terhadap sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependent. Nilai koefisien determinasi ialah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variable-variable independent dalam memberi penjelasan terhadap variasi variable dependent amat terbatas.

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.

- (1) $(R^2) = 0$, berarti variable independent (X) tidak mempunyai kemampuan untuk memberi penjelasan terhadap variable dependent (Y).
- (2) $(R^2) = 1$, berarti variable independent (X) mempunyai kemampuan untuk memberi penjelasan terhadap variable dependent (Y).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

