



BAB III

METODE PENELITIAN



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

A. Objek Penelitian

Obyek yang akan diteliti pada kajian ini ialah iklan, *brand ambassador* dan keputusan pembelian pada Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*. Sedangkan, subyek kajian ini ialah konsumen yang pernah mengonsumsi Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*.

B. Desain Penelitian

Sebagaimana yang dijelaskan Cooper dan Schindler (2017:146) desain penelitian ialah suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Penentuan desain penelitian sebagaimana yang dijelaskan Donald R. Cooper & Pamela S. Schindler (2017:148) ialah:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Sebagaimana yang didasarkan pada tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian, kajian ini termasuk dalam studi formal (formal study) karena dimulai dengan pertanyaan-pertanyaan dan kajian ini bertujuan untuk menguji hipotesis untuk mendapatkan jawaban atas semua pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Pada metode pengumpulan data, kajian ini memanfaatkan studi komunikasi (communication study) yang dimana peneliti menyebarkan kuesioner secara

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.



elektronik melalui Google Forms yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan hasil dari responden.



3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Sebagaimana yang didasarkan pada kemampuan mengontrol yang dimiliki peneliti untuk memanipulasi variabel, kajian ini memanfaatkan desain *ex post facto* dimana peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap variabel-variabel, yang mana pada akhirnya peneliti tidak mampu memanipulasi variabel. Kajian ini hanya mampu melaporkan apa yang telah terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Sebagaimana yang didasarkan pada tujuan studi, kajian ini termasuk dalam penelitian kausal-eksplanatori (*causal-explanatory*), karena kajian ini berfokus pada bagaimana satu variabel menyebabkan perubahan pada variabel lainnya. Dalam penelitian kausal-eksplanatori (*causal-explanatory*), peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

5. Dimensi Waktu

Sebagaimana yang didasarkan pada dimensi waktu, kajian ini memanfaatkan studi *cross-sectional* (*cross-sectional study*) karena kajian ini hanya dilaksanakan satu kali dan menyajikan potret dari suatu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Sebagaimana yang didasarkan pada cakupan topik, kajian ini memanfaatkan studi statistik (*statistical study*). Studi statistik didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini bertujuan untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

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.



7. Lingkungan Penelitian

Sebagaimana yang didasarkan pada lingkungan penelitian, kajian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (*field condition*) karena kajian ini dilaksanakan pada kondisi lapangan yang sesungguhnya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Kesadaran persepsi partisipan pada saat mengisi kuesioner termasuk ke dalam hal yang penting pada kajian ini karena bisa memberikan pengaruh terhadap hasil penelitian secara tidak langsung. Persepsi responden yang baik ialah persepsi yang nyata serta tidak ada penyimpangan dalam kesehariannya.

C. Variabel Penelitian

Sebagaimana yang dijelaskan Cooper dan Schindler (2017:64), variabel ialah simbol dari kejadian, tindakan, karakteristik, perlakuan, maupun atribut yang bisa diukur dan yang bisa diberikan penilaian. Variabel terikat (*dependent variable*) pada kajian ini ialah keputusan pembelian (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) ialah iklan (X_1) dan *brand ambassador* (X_2). Berikut pengukuran yang dimanfaatkan dalam masing-masing variabel:

1. Variabel iklan dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.1

Operasional Variabel Iklan

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
----------	-----------	------------	-------

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.



<p>Iklan (Setiawan & Rabuani 2019)</p> <p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p><i>Mission</i> (Tujuan)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken memberikan informasi kepada saya. 2. Iklan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken membujuk saya untuk membeli produk yang telah disebutkan. 	Likert
	<p><i>Message</i> (Pesan)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken menarik perhatian saya. 2. Daya tarik pesan iklan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken mendorong saya untuk mencoba produk ini. 	Likert
	<p><i>Media</i> (Sarana yang dimanfaatkan)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan yang dilaksanakan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken sering saya saksikan di media sosial yang saya gunakan. 2. Gaya iklan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken disampaikan di media apa saja, menarik perhatian saya. 	Likert

Sumber: Diadaptasi dari Setiawan dan Rabuani (2019)

2. Variabel *brand ambassador* dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.2

Operasional Variabel *Brand ambassador*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<p>Brand ambassador (Lea Greenwood dalam Ilaisyah & Sulistyowati 2020)</p>	<p><i>Transference</i></p>	<p>Choi Siwon memberi pengaruh kepada konsumen untuk membeli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken.</p>	Likert
	<p><i>Congruence</i></p>	<p>Choi Siwon menyebarkan pesan positif kepada seluruh dunia yang membuat konsumen tertarik membeli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken.</p>	Likert



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<i>Credibility</i>	Choi Siwon membangun kepercayaan konsumen dengan citra serta kualitas yang baik.	Likert
	<i>Attraction</i>	Choi Siwon memberikan penyampaian yang menarik tentang Mie Sedaap Korean Spicy Chicken.	Likert
	<i>Power</i>	Choi Siwon mempunyai kharisma dalam meyakinkan konsumen untuk mempertimbangkan produk yang akan dijual.	Likert

Sumber: Diadaptasi dari Lea Greenwood dalam Ilaisyah & Sulistyowati (2020)

- Variabel keputusan pembelian dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.3

Operasional Variabel Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Pilihan Produk	Keunggulan produk	Saya memilih Mie Sedaap Korean Spicy Chicken karena iklan menarik yang dibintangi oleh Choi Siwon.	Likert
	Manfaat produk	Saya memilih Mie Sedaap Korean Spicy Chicken karena mudah untuk dibuat dan dinikmati.	
	Pemilihan produk	Saya memilih Mie Sedaap Korean Spicy Chicken karena sesuai dengan kualitas yang diinginkan.	

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.



© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak cipta Dilindungi Undang-Undang	Ketertarikan pada merek	Saya memilih Mie Sedaap Korean Spicy Chicken karena produk yang telah disebutkan mempunyai merek yang sudah terkenal.	Likert
	Kebiasaan pada merek	Saya memilih Mie Sedaap Korean Spicy Chicken karena sudah terbiasa mengonsumsi produk dengan merek yang telah disebutkan.	
	Kesesuaian harga	Saya memilih Mie Sedaap Korean Spicy Chicken karena harga yang terjangkau dan rasa yang unik.	
Waktu Pembelian	Kesesuaian dengan keperluan	Saya akan mengonsumsi Mie Sedaap Korean Spicy Chicken pada saat memerlukannya.	Likert
Jumlah Pembelian	Keputusan jumlah pembelian	Saya akan membeli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken lebih dari satu buah.	Likert

Sumber: Diadaptasi dari Kotler dan Armstrong dalam Widokarti dan Priansa (2019)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dimanfaatkan ialah teknik komunikasi dengan cara penyebaran kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada responden dengan pertanyaan mengenai iklan, *brand ambassador* dan keputusan pembelian. Sumber data yang dimanfaatkan pada kajian ini ialah data primer yang termasuk ke dalam data yang diperoleh langsung dari sumber utama yakni responden. Kuesioner disusun dengan memanfaatkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena

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.



social. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Persetujuan jawaban skala likert pada suatu pernyataan yaitu dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dimanfaatkan ialah teknik *non-probability sampling* yang dimana tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *sampling* yang dimanfaatkan ialah teknik *judgement sampling*, yang sebagaimana yang dijelaskan Sekaran dan Bougie (2017:68) yakni sampel non-probability yang pengambilan sampelnya sebagaimana yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu. Dalam hal ini responden yang dipilih yakni konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi Mie Sedaap Korean Spicy Chicken.

Sebagaimana yang dijelaskan Hair et al. (2014:100) menyatakan bahwasanya “sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pernyataan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila mempunyai rasio 10:1. Pada kajian ini terdapat 19 item pernyataan, maka jumlah sampel minimum yang diperlukan sebagaimana yang didasarkan pada perhitungan ialah $19 \times 5 = 95$ responden”.

F. Teknik Analisis Data



1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Sebagaimana yang dijelaskan Umar (2019:63), uji validitas berguna guna memperoleh pemahaman terkait dengan ketika ada pertanyaan/pertanyaan harus dihapus atau diganti karena tidak valid. Guna memperoleh pemahaman terkait dengan validitas tiap indikator bandingkan nilai korelasi hitung (di bawah kolom corrected item-total correlation) dengan nilai r tabel. Jika sampelnya 30 dan alpha yang besarnya ialah 5% maka nilai r tabelnya ialah 0,361. Jika hasil korelasi hitung $\geq 0,361$ maka pernyataan yang telah disebutkan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Sebagaimana yang dijelaskan Umar (2019:68), uji reliabilitas berfungsi untuk menetapkan instrument kuesioner mana yang bisa dimanfaatkan secara konsisten atau tidak. Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memberikan petunjuk sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilaksanakan berulang dua kali atau lebih. Adapun rumus dari *Cronbach's Alpha* ialah sebagai berikut:

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

Keterangan;

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pernyataan

σ^2 = varians total

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



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

Ⓒ Jika nilai alpha lebih besar dari 0,7 maka pernyataan dianggap reliabel.

2 Analisis Deskriptif

a. Analisis Persentase

Analisis persentase dimanfaatkan guna memperoleh pemahaman terkait dengan karakteristik dari responden yang terdapat pada profil responden dalam kuesioner, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus yang dimanfaatkan untuk menghitung persentase ialah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke- i setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah responden yang termasuk kategori- i

n = total responden

b. Rata-rata hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau *mean* dilaksanakan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel yang telah disebutkan. Rata-rata hitung bisa dicari dengan memanfaatkan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

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.



Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung (*mean*)

x_i = nilai sampel ke-*i*

n = jumlah sampel

c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang dimanfaatkan untuk menghitung rata-rata tertimbang yakni

sebagai berikut:

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

Keterangan:

\bar{x} = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

f_i = jumlah responden

d. Rentang Skala

Apabila nilai rata-rata sudah didapatkan, maka selanjutnya akan digambarkan lebih rinci dengan membuat rentang skala. Berikut rumus yang dimanfaatkan untuk menghitung rentang skala:

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

$$Rs = (m - n) / b$$

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.

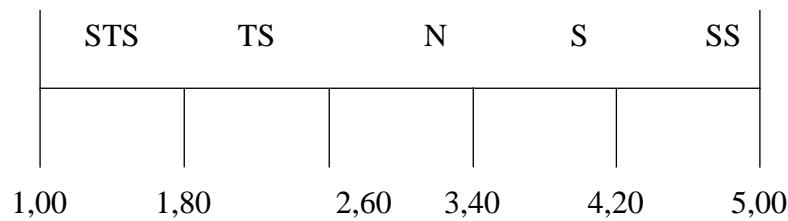


Keterangan:

- Rs = rentang skala
- m = skor tertinggi pada skala
- n = skor terendah pada skala
- b = jumlah kelas atau kategori

Skor tertinggi dan skor terendah ialah 5 dan 1, dengan jumlah kelas atau kategori ialah 5, maka bisa ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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



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)

3. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi ganda bisa dilaksanakan apabila terdapat dua atau lebih variabel bebas. Persamaan regresi berganda pada kajian ini ialah sebagai berikut:

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

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

C Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

X1 = Iklan

X2 = *Brand ambassador*

β_1 = koefisien regresi variabel iklan

β_2 = koefisien regresi variabel *brand ambassador*

e = error

a. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Sebagaimana yang dijelaskan Imam Ghozali (2016: 154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika nilai residual berdistribusi normal maka model regresi yang telah disebutkan bisa dikatakan baik. Uji normalitas yang dimanfaatkan pada kajian ini ialah uji Kolmogorov Smirnov.

Dasar pengambilan keputusan :

- Jika nilai signifikansi > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal
- Jika nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal

(2) Uji Heteroskedastisitas

Sebagaimana yang dijelaskan Umar (2019:76), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat perbedaan varians dari residual satu



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.



pengamatan dengan pengamatan lain. Apabila mempunyai kesamaan varians dari residual satu dengan pengamatan yang lainnya, maka bisa disebut dengan homoskedastisitas. Sedangkan jika varians dari residual satu berbeda dengan pengamatan lainnya maka bisa disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai $\text{sig} < 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

(3) Uji Multikolinieritas

Sebagaimana yang dijelaskan Umar (2019:75), uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat tingkat korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Hubungan antar variabel bebas dan terikat akan terganggu apabila terdapat korelasi yang tinggi antar variabel-variabel bebas yang telah disebutkan. Uji multikolinieritas yang dimanfaatkan pada kajian ini ialah *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila $\text{VIF} > 10$ maka terjadi multikolinearitas sedangkan apabila $\text{VIF} < 10$ maka tidak terjadi ultikolinearitas.

b. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F dilaksanakan untuk melihat apakah koefisien regresi berganda bisa dimanfaatkan untuk memprediksi nilai variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan guna memperoleh pemahaman terkait dengan hal yang telah disebutkan ialah dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Apabila nilai $\text{Sig} < 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, yang berarti regresi yang telah disebutkan bisa dimanfaatkan untuk memprediksi variabel dependent.

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.



Sedangkan, apabila nilai $Sig > 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, yang berarti model regresi yang telah disebutkan tidak bisa dimanfaatkan untuk memprediksi variabel dependen.

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

c. Uji Parsial (Uji T)

Sebagaimana yang dijelaskan Imam Ghozali (2016: 97), uji statistic t pada dasarnya memberikan petunjuk seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Kajian 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 .

Pengaruh iklan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_1 : \beta_1 < 0$$

Pengaruh *brand ambassador* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

$$H_2 : \beta_2 = 0$$

$$H_2 : \beta_2 > 0$$

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.



d. Koefisien Determinasi (R^2)

Sebagaimana yang dijelaskan Ghozali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi ialah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas

(R^2) = 0, hal ini mengartikan bahwasanya variabel independen (X) tidak mempunyai kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

(R^2) = 1, hal ini mengartikan bahwasanya variabel independen (X) secara sepenuhnya mempunyai kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (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.