

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif dengan hubungan kausal, dimana hubungan kausal ini adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). (Sugiyono, 2014:36-37)

Untuk menganalisis variabel independen yang terdiri dari variabel *brand ambassador* dan iklan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, maka dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen yaitu *brand ambassador* dan iklan terhadap regresi dependen yaitu keputusan pembelian.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. variabel independen yang digunakan yaitu variabel *brand ambassador* dan iklan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

#### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

##### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data adalah macam data yang digunakan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder yaitu:

**a. Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2014:37). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuisisioner yang berasal dari responden yaitu para konsumen yang membeli mie sedaap *korean spicy chicken* di Kabupaten Lumajang. Pertanyaan yang diajukan di dalam kuisisioner menyangkut tentang *brand ambassador*, iklan dan keputusan pembelian pada mie sedaap *korean spicy chicken*.

**b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya (Siregar, 2013:37). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari media internet, literatur, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian tentang keputusan pembelian yang dinilai melalui *brand ambassador* dan iklan.

**3.3.2 Sumber Data****a. Data Internal**

Data internal adalah data yang menggambarkan kondisi organisasi secara umum maupun khusus (Riyanto & Hatmawan, 2020:27). Data internal penelitian ini diperoleh dari konsumen yang telah melakukan pembelian terhadap mie sedaap *korean spicy chicken* di Kabupaten Lumajang.

**b. Data Eksternal**

Data eksternal adalah data yang dikumpulkan dari luar organisasi atau perusahaan itu sendiri (Suliyanto, 2018:156). Data eksternal ini dapat berupa data yang sudah dipublikasikan atau diterbitkan.

### **3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2015:92). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni para konsumen yang membeli dan mengonsumsi mie sedaap *korean spicy chicken* di KKMT Mart Lumajang. Pada periode Februari 2021 konsumen yang membeli berjumlah 118 konsumen.

#### **3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:120). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengonsumsi mie sedaap *korean spicy chicken* di KKMT Mart Lumajang. Kriteria yang dapat memenuhi untuk menjadi responden dalam penelitian ini merupakan responden yang telah membeli dan mengonsumsi mie sedaap *korean spicy chicken* di KKMT Mart Lumajang dan responden yang diteliti berusia diatas 16 tahun.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe dalam (Sugiyono, 2018:91). Memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebaga berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu 30 sampai 500

2. Apabila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria, wanita, pegawai negeri, swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Apabila di dalam penelitian melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 20 kali dari jumlah variabel yang di teleti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel  $20 \times 3 = 60$ .
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang digunakan dalam kelompok eksperimen dalam kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 2 variabel independen dan 1 variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil  $20 \times 3 = 60$  orang.

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis *nonprobability sampling* yang merupakan teknik sampling dengan tidak memberikan kesempatan (peluang) kepada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel (Unaradjan, 2019:118). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode teknik *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013:85).

### 3.5 Variable Penelitian, Definisi Konseptual Dan Definisi Operasional

#### 3.5.1 Variable Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:38). Terdapat dua variable dalam sebuah penelitian yaitu:

##### 1) Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya nilai variabel yang lain (Suliyanto, 2018:127). Variabel independen sering juga disebut dengan variabel prediksi (*predictor*) atau variabel perangsang (*stimulus*). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *brand ambassador* dan iklan.

##### 2) Variable Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel yang diprediksi atau variabel tanggapan. Variabel dependen merupakan variabel yang ilainya dipengaruhi oleh variasi variabel independen (Suliyanto, 2018:127). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

#### 3.5.2 Definisi Konseptual

##### a. *Brand Ambassador*

*Brand ambassador* (duta merek) menurut Lea-Greenwood (2012:88) adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dan terhubung dengan publik, mengenai bagaimana mereka sebenarnya memanfaatkan penjualan.

**b. Iklan**

Iklan merupakan segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran (Kotler, 2012:454).

**c. Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2016:177) merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

**3.5.3 Definisi Operasional**

Menurut Sugiyono, (2015:38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional dalam penelitian ini menggunakan variabel sebagai berikut:

**a. Brand Ambassador**

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut (Lea-Greenwood, 2012:77):

- 1) *Transference*
- 2) *Congruence* (kesesuaian)
- 3) Kredibilitas
- 4) Daya tarik
- 5) *Power*

Berdasarkan indikator tentang *brand ambassador*, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Dukungan Choi Siwon mempengaruhi pembelian mie sedaap *korean spicy chicken*.
- 2) Kesesuaian Choi Siwon menjadi *brand ambassador* mie sedaap *korean spicy chicken*.
- 3) Dapat merima dengan mudah apa yang disampaikan Choi Siwon terkait mie sedaap *korean spicy chicken*.
- 4) Choi Siwon memberikan penyampaian yang menarik sehingga konsumen tertarik membeli mie sedaap *korean spicy chicken*.
- 5) Kharisma Choi Siwon memberi pengaruh untuk membeli mie sedaap *korean spicy chicken*.

#### **b. Iklan**

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut (Kotler, 2012:12):

- 1) *Mission* (tujuan)
- 2) *Message* (pesan yang disampaikan)
- 3) *Media* (media yang digunakan)

Berdasarkan indikator tentang iklan, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Iklan mie sedaap *korean spicy chicken* mengajak konsumen agar mencoba varian ini.



- 2) Pesan yang disampaikan dalam iklan mie sedaap *korean spicy chicken* mudah diingat.
- 3) Media yang digunakan untuk iklan mie sedaap *korean spicy chicken* sangat kekinian.

### c. Keputusan Pembelian

Indikator variabel dependen keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong dalam Priansa (2017:481) indikator keputusan pembelian:

- 1) Pilihan produk
- 2) Pilihan merek
- 3) Pilihan aluran pembelian
- 4) Waktu pembelian
- 5) Jumlah pembelian

Berlandaskan indikator mengenai keputusan pembelian, dapat disusun kuesioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya:

- 1) Saya membeli mie sedaap *korean spicy chicken* karena produk sesuai dengan selera.
- 2) Mie sedaap *korean spicy chicken* merupakan merek terpercaya yang membuat saya tertarik untuk membeli.
- 3) Saya tertarik membeli mie sedaap *korean spicy chicken* karena mudah didapatkan ditoko terdekat.
- 4) Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli mie sedaap *korean spicy chicken*.



- 5) Saya melakukan pembelian mie sedaap *korean spicy chicken* berulang-ulang atau lebih dari satu kali.

### 3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

#### 3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015:17). Instrumen pada penelitian ini disusun berdasarkan indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	<i>Brand ambassador</i>	<i>Transference</i>	Dukungan Choi Siwon mempengaruhi pembelian mie sedaap <i>korean spicy chicken</i> .	Ordinal	Lea-Greenwod, (2012:77))
		<i>Congruence</i>	Kesesuaian Choi Siwon menjadi <i>brand ambassador</i> mie sedaap <i>korean spicy chicken</i> .		
		Kredibilitas	Dapat merima dengan mudah apa yang disampaikan Choi Siwon terkait mie sedaap <i>korean spicy chicken</i> .		
		Daya tarik	Choi Siwon memberikan penyampaian yang menarik sehingga konsumen tertarik membeli mie sedaap <i>korean spicy chicken</i> .		
		<i>Power</i>	Kharisma Choi Siwon memberi pengaruh untuk membeli mie sedaap <i>korean spicy chicken</i> .		
2	Iklan	<i>Missions.</i>	Iklan mie sedaap <i>korean spicy chicken</i> mengajak konsumen agar mencoba varian ini.	Ordinal	Kotler, (2012:12)
		<i>Message</i>	Pesan yang disampaikan dalam iklan mie sedaap <i>korean spicy chicken</i> mudah diingat.		
		<i>Media</i>	Media yang digunakan untuk iklan mie sedaap <i>korean spicy chicken</i> sangat kekinian.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
3	Keputusan pembelian	Pilihan produk	Saya membeli mie <i>sedaap korean spicy chicken</i> karena produk sesuai dengan selera.	Ordinal	Priansa (2017:48)
		Pilihan merek	Mie <i>sedaap korean spicy chicken</i> merupakan merek terpercaya yang membuat saya tertarik untuk membeli.		
		Pilihan aluran pembelian	Saya tertarik membeli <i>mie sedaap korean spicy chicken</i> karena karena mudah didapatkan ditoko terdekat.		
		Waktu pembelian	Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli mie <i>sedaap korean spicy chicken</i> .		
		Jumlah pembelian	Saya melakukan pembelian mie <i>sedaap korean spicy chicken</i> berulang-ulang atau lebih dari satu kali.		

### 3.6.2 Skala Pengukuran

Teknik skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala *likert* dan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015:136). Adapun bentuk skala *likert* beserta skor dijelaskan pada tabel 3.2

**Tabel 3.2**  
**Skala *likert***

No	Pernyataan	Nilai
1	Setuju, selalu, sangat positif, sangat baik	5
2	Setuju, sering, positif, baik	4
3	Ragu-ragu, kadang-kadang, netral, cukup baik	3
4	Tidak setuju, tidak pernah, negatif, tidak baik	2
5	Sangat tidak setuju, sangat negatif, sangat tidak baik	1

Sumber: Sugiyono, (2015:136)

### **3.7 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.7.1 Kuisisioner**

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:225). Kuisisioner disebarakan kepada para responden dengan tujuan untuk memperoleh data yang akurat mengenai pengaruh *brand ambassador* dan iklan terhadap keputusan pembelian mie sedaap *korean spicy chicken* di Kabupaten Lumajang.

Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan cara membagikan lampiran kuisisioner kepada konsumen secara langsung. Responden yang mengisi kuisisioner harus benar-benar pernah membeli dan mengkonsumsi mie sedaap *korean spicy chicken*.

#### **3.7.2 Studi Pustaka**

Studi pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan (Fitrah & Luthfiyah, 2017). Studi pustaka dalam penelitian ini berupa jurnal, artikel, buku-buku maupun literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah suatu aktivitas menghmpun berdasarkan jenis responden serta variabel, melakukan tabulasi dat dengan berpedoman pada variabel dari semua responden, menyajikan data dari variabel, menghitung data tersebut dengan maksud untuk mencari jawaban terhadap ruusan masalah, serta untuk menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2013:76).

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang menghubungkan antara dua atau lebih variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Analisis ini bertujuan untuk menilai berapa besar keterkaitan dua atau lebih variabel (Bahri, 2018:195).

Penelitian ini melakukan analisis data dengan menggunakan program SPSS. Mengenai metode data yang akan dipakai dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **3.8.1 Uji Instrumen**

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang dilakukan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuisioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahapan berikutnya.

#### **a. Uji Validitas**

Validitas merupakan suatu instrumen yang dilakukan untuk mengatur kecocokan objek yang seharusnya diukur. Analisis faktor yang dilakukan pada uji validitas ini adalah dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015:173).

## b. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relative konsisten dari waktu ke waktu (Purnomo, 2019:70). Realibilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena reabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi (Kuncoro, 2013:175). Nugroho, (2011:33) mengemukakan bahwa uji reabilitas dapat dilakukan dengan melihat *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3  
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Cronbach' Alpha</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,000 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33)

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo, (2019:49) mengemukakan bahwa uji asumsi klasik adalah persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang digunakan pada uji asumsi klasik adalah uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heterosedastisitas.

#### a. Pengujian Normalitas Data

Berdasarkan pendapat Basuki & Prawoto, (2017:57) Uji normalitas bermanfaat dalam memastikan data yang sudah dikumpulkan telah berdistribusi

normal atau diambil berdasar dari populasi normal atau tidak. Dalam uji asumsi klasik pengujian normalitas bisa dikatakan tidak begitu sulit. Sebab berdasarkan beberapa pengalaman dari pakar statistik, data yang lebih banyak dari 30 angka, maka sudah bisa dianggap berdistribusi normal dan bisa dinyatakan sebagai sampel berjumlah besar. Namun dalam hal ini diperlukan pembuktian dengan uji normalitas, sebab data yang berjumlah lebih dari 30 atau kurang dari 30 belum tentu dapat dipastikan berdistribusi normal.

Menurut Bahri, (2018:182) Uji normalitas adalah pengujian distribusi data yang akan dianalisis, dengan maksud untuk melihat apakah penyebarannya berada di bawah kurva normal atau tidak. Distribusi normal yakni distribusi yang berbentuk mirip lonceng serta simetris. Pengujian ini dipakai untuk menguji normalitas data, salah satu metode yang dapat digunakan yakni metode grafik, yakni dengan mengamati tersebarnya data pada sumber diagonal pada grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*. Apabila titik-titik tersebar di sekitar garis serta mengikuti garis diagonal, maka residual dinyatakan normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*.

#### **b. Pengujian Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation*

*Faktor* (VIF) dimana jika nilai <10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 (Purnomo, 2019:56).

### c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah digunakan untuk mencari tahu apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain dalam sebuah model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara *scattet plot* dengan menggunakan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residunya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu antara grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Purnomo, 2019:59). Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot*.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (*explanation*) terhadap satu variabel dependen. Model ini memberikan asumsi bahwa adanya hubungan satu garis lurus atau linier antara variabel dpenden dengan masing-masing prediktornya (Janie, 2012:11). Analisis linier berganda adalah perluasan dari regresi linier sederhana yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu kemudian menjadi dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2012:134). Rumus dari regresi linier berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yaitu keputusan Pembelian



$a$  = Koefesien Konstanta

$X$  = Variabel independen

$X_1$  = *Brand Ambassador*

$X_2$  = Iklan

$e$  = Error

### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun signifikan antara variabel independen yaitu pengaruh *brand ambassador* ( $X_1$ ) dan iklan ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ )

#### a. Uji t (Parsial)

Menurut Algifari (2015:77) uji t parsial ini bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

#### 1) Merumuskan Hipotesis

##### a. Hipotesis pertama

$H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian mie sekaap *korean spicy chicken* di Kabupaten Lumajang

b. Hipotesis kedua

$H_2$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara iklan terhadap keputusan pembelian mie sedaap *korean spicy chicken* di Kabupaten Lumajang

- 2) Menentukan besarnya  $t_{tabel}$  yaitu dengan mengamati tabel statistik pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  serta derajat kebebasan dengan rumus  $t_{tabel} = t_{(\alpha/2, n-k)}$  apabila memakai uji 2 sisi ( $n$  adalah jumlah data dan  $k$  merupakan jumlah variabel independen) (Siregar, 2013:231).

- 3) Menentukan kriteria pengujian:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} \alpha=5\%$  maka hipotesis diterima (berpengaruh)

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} \alpha=5\%$  maka hipotesis ditolak (tidak berpengaruh)

- 4) Menentukan nilai  $t_{hitung}$  dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

- 5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

**b. Uji F**

Menurut Widarjono, (2015:19) mengemukakan bahwa uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dijelaskan dengan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA), dengan hipotesis ketiga adalah:

- 1) Merumuskan hipotesis

$H_3$  : Terdapat pengaruh *brand ambassador* dan iklan yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian mie sedaap *korean spicy chicken* di Kabupaten Lumajang.

- 2) Kriteria pengujiannya:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak.

- 3) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$

### 3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen) (Riyanto & Hatmawan, 2020:14). Jadi koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel *brand ambassador* dan iklan yang signifikan dalam menjelaskan keputusan pembelian mie sedaap *korean spicy chicken* di Kabupaten Lumajang.

