

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*): yakni pengamatan langsung ke obyek yang diteliti untuk mendapatkan data yang relevan.¹ Oleh karena itu, dengan menyebarkan kuesioner ini, peneliti dapat mengetahui sejauh mana pengaruh *brand Ambassador*, label halal, dan kualitas produk terhadap pilihan pelanggan dalam membeli produk skincare Whitelab khususnya konsumen di Kabupaten Kudus.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini merupakan suatu strategi untuk melakukan analisis data secara terorganisir, dimulai dengan pengumpulan data dan dilanjutkan melalui interpretasi data dan terakhir analisis data.²

B. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Istilah "data primer" mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari individu-individu yang dilibatkan dalam penelitian dan kemudian diolah oleh penulis. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan untuk mengevaluasi hipotesis adalah tanggapan responden terhadap kuesioner atau survei yang disajikan kepada mereka. Menurut Sugiyono, kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang umum dilakukan dengan meminta responden mengisi serangkaian pertanyaan atau memberikan komentar tertulis.³ Responden yang melakukan pengisian kuesioner yaitu masyarakat konsumen skincare whitelab di Kabupaten Kudus.

¹ Paska Maria and Pandoyo, 'Pengaruh Atribut Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Survey Pada Karyawan PT. Barclay Products Jakarta)', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial*, 1.1 (2020), 40–47.

² Aries Veronica dkk, "*METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*", (Sumatra Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 5-6.

³ Dr. Ajat Rukajat, M. MPd, "*PENDEKATAN PENELITIAN KUANTITATIF*", (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2012), 6-7.

2. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang tidak diambil langsung dari sumber aslinya. Misalnya, melalui interaksi dengan orang lain atau berkonsultasi dengan sumber cetak. Data untuk penyelidikan dikumpulkan dengan menggunakan dokumen yang diperoleh dari perusahaan terkait.⁴

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Peneliti telah memilih sesuatu untuk diidentifikasi dan diambil kesimpulannya, dan item ini dikenal sebagai populasi.⁵ Kelompok sampel penelitian ini adalah konsumen pria dan wanita yang pernah membeli produk skincare Whitelab di Kota Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti dan diambil sebagai sumber data serta dapat mewakili seluruh populasi.⁶ Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Kudus. Akan tetapi jumlah masyarakat yang ada di Kota Kudus tersebut sangat banyak sehingga sulit untuk diketahui jumlahnya secara pasti. Sehingga dilakukan dengan metode pengambilan sampel dengan teknik non probability sampling dengan metode pengambilan sampelnya purposive sampling yang mana dengan menetapkan kriteria tertentu untuk sampel. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Kudus yang pernah melakukan pembelian produk skincare whitelab. Dan didapat jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow.⁷ Dengan formula sebagai berikut:

⁴ Popong Suryani, Yoyok Cahyono, and Berliana Dita Utami, 'Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Bagian Produksi Di PT Tuntex Garment Indonesia', *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1.1 (2020), 70–82 <<https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/28>>.

⁵ Ilham Kamaruddin dkk, "METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF", (Sumatra Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), 36-37.

⁶ M Syahrani Jailani and Firdaus Jeka, 'Populasi Dan Sampling (Kuantitatif)', Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis', 7 (2023), 26320–32.

⁷ Juarsa Badri and Three Sandy Rahma Safitri, 'Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Online

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Z^2 \times P (1-P)}{d^2} \\
 n &= \frac{1,92^2 \times 0,5 (1,0,5)}{0,10^2} \\
 n &= \frac{3,8416 \times 0,5 (1-0,5)}{0,01} \\
 n &= \frac{1,9208 (0,5)}{0,01} \\
 n &= \frac{0,9604}{0,01} \\
 n &= 96,04
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan ini, jumlah sampel adalah 96,04. Oleh karena itu, untuk penyelidikan ini, ukuran sampel diperkirakan 100 responden.

D. Identifikasi Variabel

Variabel bermakna kualitas yang mana peneliti mempelajari dan menjalankan penarikan kesimpulan dari variabel yang ada. Sugiono, menyatakan bahwa variabel penelitian yaitu suatu hal yang sudah diputuskan oleh seorang peneliti dimana berhubungan dengan penelitiannya untuk dipelajari dan akan didapatkan informasi perihal segala hal itu, yang akhirnya bisa ditarik kesimpulan.⁸ Identifikasi variabel dalam penelitian ini, yakni:

1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Salah satu aspek terpenting dari setiap pengamatan adalah variabel terikat. Variabel terikat mempengaruhi yang satu ini. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).

2. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel utama suatu pengamatan adalah variabel terikat. Variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel ini. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *brand ambassador* (X1), label halal (X2), dan kualitas produk (X3).⁹

E. Deskripsi Variabel Operasional

Definisi operasional mengacu pada kualitas atau atribut tertentu yang menunjukkan perubahan dan dipilih oleh peneliti untuk tujuan

Di Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Padang', *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9.4 (2021), 372-80.

⁸ Sugiyono, "*Metodologi Penelitian Administrasi*" (Bandung: Alfabeta, 2017), 38.

⁹ Nurlina T Muhyidin dkk, "*METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI DAN SOSIAL*", (Jakarta: Salemba Empat, 2023), 57.

mempelajari dan menarik kesimpulan.¹⁰ Dengan kata lain, sudut pandang peneliti dijelaskan melalui definisi operasional variabel.¹¹ Untuk mempermudah penelitian, diperlukan adanya gambaran berkaitan dengan variabel operasional. Ada juga variabel operasionalnya, yaitu:

Tabel 3. 1 Deskripsi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Deskripsi Operasional	Indikator
	<i>Brand ambassador</i> (X1)	<i>Brand ambassador</i> yaitu Seseorang yang bertindak sebagai perwakilan suatu merek, memastikan bahwa upaya komunikasi perusahaan dilaksanakan secara efisien. ¹²	Indikator <i>brand ambassador</i> diantaranya: 1. <i>Visibility</i> 2. <i>Credibility</i> 3. <i>Attraction</i> 4. <i>Power</i> . ¹³
	Label halal (X2)	Suatu produk dapat dipastikan telah teruji halal jika memiliki stempel persetujuan dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika serta Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), sebuah organisasi unik yang menjamin kepatuhan terhadap hukum Islam. ¹⁴	Indikator label halal diantaranya: 1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi gambar dan tulisan 4. Menempel pada kemasan. ¹⁵

¹⁰ Nur Indriantoro, “*Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*” (Yogyakarta: BPFE, 2002).

¹¹ Masrukin, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, 138.

¹² I Gusti Ayu Agung Mitha Saritha Dian Anjya dkk, “*BRAND AMBASSADOR, CITRA MEREK, DAN NIAT BELI*”: Konsep dan Aplikasi (Jawa Tengah: MEDIA PUSTAKA INDO, 2023). Hal. 8-9

¹³ Juarsa Badri and Three Sandy Rahma Safitri, 'Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Padang', *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9.4 (2021), 372-80.

¹⁴ Abdillah Mundir and others, 'Pengaruh Iklan, Brand Image Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Santriwati Pada Produk Kecantikan Kosmetik Wardah Menurut Prespektif Ekonomi Islam Di Asrama I Pondok pesantren Ngalah Purwosari Pasuruan', *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 8.2 (2021), 2-28.

	Kualitas produk (X3)	Kualitas produk mengacu pada keseluruhan kualitas dan karakteristik suatu produk atau layanan yang menentukan kemampuannya untuk memenuhi permintaan yang dinyatakan secara eksplisit dan implisit. ¹⁶	Indikator kualitas produk diantaranya: 1. <i>Performance</i> (kinerja) 2. <i>Aesthetics</i> (estetika) 3. <i>Features</i> (keistimewaan tambahan) 4. <i>Conformance</i> (kesesuaian) 5. <i>Realibility</i> (kehandalan) 6. <i>Durability</i> (daya tahan) 7. <i>Perceived quality</i> (kualitas yang dirasakan) 8. <i>Service ability</i> (kemampuan layanan). ¹⁷
	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tindakan yang akan dilakukan pelanggan ketika menemukan dan memilih	Indikator keputusan pembelian diantaranya: 1. Sesuai

¹⁵ Sahidillah Nurdin and Pika Nilam Cahya Setiani, 'Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung)', *Jurnal Sains Manajemen*, 3.2 (2021), 111-22.

¹⁶ Yerry Susanto and Realize Realize, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia', *Eco-Buss*, 5.2 (2022), 508-18.

¹⁷ Harmon Chaniago, 'Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at <https://Ijabo.A3i.or.Id> Analisis Kualitas Pelayanan ', December 2020, 2021.

		untuk membeli suatu produk. ¹⁸	kebutuhan 2. Memiliki manfaat 3. Ketetapan dalam membeli produk 4. Pembelian berulang. ¹⁹
--	--	---	---

Berlandaskan deskripsi operasional variabel penelitian dalam tabel 2.1 diatas memaparkan bahwa semua indikator itu berskala likert.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, istilah “proses pengumpulan data” menggambarkan langkah-langkah yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan. Kriteria penentuan data bergantung pada peneliti yang memiliki pemahaman yang baik tentang prosedur pengumpulan data.²⁰ Penelitian ini mengandalkan kuesioner dan teknik kuesioner untuk mengumpulkan data. Untuk mendapatkan informasi dari seseorang atau sekelompok orang tertentu mengenai topik atau bidang studi tertentu, peneliti sering menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang disebut kuesioner. Kuesioner merupakan cara sederhana untuk mendapatkan data dari banyak orang sekaligus dengan cepat.²¹

Mereka yang berpartisipasi dalam penelitian ini diminta untuk mengisi survei baik secara langsung maupun online, menggunakan metode seperti email, Whatsapp, dan layanan pesan serupa lainnya. Dalam penelitian ini, para ilmuwan menggunakan skala Likert untuk menilai kualitas produk, sertifikasi halal, dan *brand ambassador*. Skala Likert adalah instrumen berharga untuk mengevaluasi sikap, perspektif, dan persepsi individu terhadap isu-isu sosial atau

¹⁸ Saidah Putri sari, ‘Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan pembelian pada Konsumen’, *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8.1 (2020), 147.

¹⁹ Kevin Prilano, Andriasan Sudarso, and Fajrillah Fajrillah, ‘Pengaruh Harga, keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada’, *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1.1 (2020), 1-10.

²⁰ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, 2011). 224

²¹ Dr. Didit Widiatmoko Soewardikoen, M.Sn., “*METODOLOGI PENELITIAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*” (Yogyakarta: PT Kanisus, 2021). 60

pengalaman pribadi terhadap gejala atau masalah.²² Item pertanyaan skala Likert dibangun dengan menggunakan variabel sebagai standar.²³ Dalam skala likert memiliki 5 skor atau tingkat penilaian yang akan memudahkan responden, yakni:

Tabel 3. 2 Skala Likert.

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Berdasarkan apa yang telah dikatakan sebelumnya, kelima alternatif pilihan jawaban tersebut diberi bobot untuk menentukan skor setiap kategori pernyataan tes. Pada skala 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), terdapat 5 kemungkinan alternatif jawaban: tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

G. Teknik Analisis Data

Uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan hipotesis merupakan bagian dari analisis data.

1. Uji Validitas dan Realibilitas Instrument

a. Uji Validitas

Salah satu cara untuk memastikan bahwa suatu alat ukur dapat diandalkan adalah dengan melalui uji validitas. Mencari tahu apakah suatu survei sah adalah inti dari uji validitas. Tujuan utama pengujian validitas adalah untuk mengetahui validitas setiap pertanyaan atau pernyataan penelitian.²⁴

Untuk melihat valid atau tidaknya butir-butir angket, yakni dengan mengkomparasikan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan ketentuan:

- 1) Instrumen dianggap valid saat nilai r_{hitung} melebihi r_{tabel} .

²² Aziz Alimul Hidayat, "MENYUSUN INSTRUMEN PENELITIAN & UJI REALIBILIAS" (Surabaya: Health Books Publishing, 2021). 7.

²³ Sujarweni, "Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi". 104.

²⁴ Budi Darma, "STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS", (Bogor: Guepedia, 2021). 7.

- 2) Instrumen dianggap tidak valid saat nilai r_{hitung} di bawah r_{tabel} .²⁵

b. Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas suatu instrumen penelitian adalah untuk menetapkan validitas dan kepercayaan suatu kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Untuk menjamin validitas penelitian ini, digunakan Cronbach's Alpha.²⁶ Di mana metode ini sebagai pengukuran satu kali dengan komposisi seluruh item yang setara. Dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas $> 0,70$. Jadi kriteria dalam menentukan tingkat reliabilitas suatu data berdasarkan koefisien reliabilitas Cronbach Alpha bisa dibandingkan dengan nilai patokan 0,70. Jika nilai alphanya lebih besar dari 0,70 maka dikatakan sata tersebut reliabel.²⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dengan menggunakan pengujian ini, kita dapat menentukan apakah nilai sisa mengikuti distribusi normal. Jika nilai residu mengikuti distribusi normal, maka model regresi sangat baik. Saat mengambil keputusan berdasarkan grafik regresi standar, seseorang dapat mengidentifikasinya dengan memeriksa distribusi data pada sumber diagonal P-Plot normal. Agar model regresi normal dapat digunakan untuk meramalkan variabel independen, model tersebut harus menyebar melintasi garis dan mengikuti garis diagonal; jika tidak, tidak demikian. Tes *One Sample Kolmogorov Smirnov* adalah pendekatan lain untuk memeriksa keadaan normal. Berikut kriteria tesnya.²⁸

²⁵ Pengaruh Kepemimpinan and others, 'Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Di Sd Gmih Bido Morotai Utara', 02 (2023), 47–55.

²⁶ Shinta Kurnia Dewi and Agus Sudaryanto, 'Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan , Sikap Dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah', *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020*, 2020, 73–79.

²⁷ Amruddin dkk, "*METODOLOGI PENELITIAN MANAJEMEN*", (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022). 88.

²⁸ GUN - MARDIATMOKO, 'Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda', *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14.3 (2020), 333–42 <<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>>.

- 1) Sebaran data dikatakan normal apabila nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) lebih besar dari 0,05.
- 2) Data tidak dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi dua sisi (Asym Sig) kurang dari 0,05.

b. Uji Multikolinieritas

Peneliti memanfaatkan uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah variabel independen terhubung atau tidak. Mengutip pernyataan Ghozali, “uji multikolinearitas telah memenuhi tujuannya” jika model regresi menemukan adanya keterkaitan antar variabel independen. Agar suatu model regresi dianggap baik, variabel-variabel independennya tidak boleh berkorelasi satu sama lain.

Uji multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria yang dipakai yakni:

- 1) Apabila nilai $VIF < 10$, berarti tidak terdapat multikolinieritas.
- 2) Apabila nilai $VIF > 10$, maka terdapat multikolinieritas dalam data.²⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah varians residual berbagai data dalam model regresi digunakan uji heteroskedastisitas. Homoskedastisitas menunjukkan situasi di mana varians sisa adalah konstan di seluruh pengamatan. Heteroskedastisitas adalah istilah yang digunakan ketika berbeda. Apabila tidak terjadi heteroskedastisitas pada suatu model regresi maka dikatakan sangat baik.³⁰ Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan ZRESID (nilai residualnya). Model yang baik dihasilkan ketika grafik tidak menunjukkan pola apa pun yang terlihat, seperti pertemuan di pusat, kemudian

²⁹ Niken Nanincova, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro’, *Agora*, 7.2 (2019), 1–5.

³⁰ Debby Christine and others, ‘Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017’, *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2.2 (2019), 340–50 <<https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.102>>.

menyempit, atau kebalikannya, melebar dan kemudian menyempit.³¹

3. Uji Hipotesis

a. Analisis regresi linier berganda

Metode analisis yang dikenal sebagai regresi linier berganda terdiri dari satu variabel terikat dan sejumlah variabel bebas secara bersamaan. Teknik statistik yang dikenal dengan analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk memastikan sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk memastikan variabel mana yang lebih penting.³² Peneliti menggunakan metode statistik yang disebut analisis regresi linier berganda untuk mengetahui variabel mana yang lebih penting dan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (X) brand ambassador, label halal, dan kualitas produk terhadap variabel (Y) keputusan pembelian.

Persamaan regresi yang dipakai terhadap regresi linier berganda, yakni:

$$Y = a + \beta_1 + X_1 + \beta_2 + X_2 + \beta_3 + X_3 + e$$

Dimana:

X_1 = brand ambassador

X_2 = label halal

X_3 = kualitas produk

Y = keputusan pembelian

A = konstanta

β_1 = koefisien regresi antara brand ambassador dengan keputusan pembelian

β_2 = koefisien regresi antara label halal dengan keputusan pembelian

β_3 = koefisien regresi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian

e = error

³¹ Lailatul Nur Mufidah and Rosento Rosento, 'Pengaruh Return On Assets Dan Efisiensi Terhadap Pertumbuhan Laba Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021', *Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.4 (2023), 374–82.

³² Riza Amelia Choerunnisa and others, 'Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Produksi Jahe Di Indonesia Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda', *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5.2 (2021), 231–42.

b. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan salah satu cara untuk mengetahui seberapa besar perubahan suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika angka R^2 antara 0 dan 1 berarti model regresi linier dapat menjelaskan perubahan variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang bersangkutan. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.³³ Pada umumnya, data deret waktu (*time series*) memiliki nilai R^2 atau Adjusted R^2 yang cukup tinggi (di atas 0,5), karena variasi dalam data sering kali dapat dijelaskan dengan baik oleh model regresi. Di sisi lain, data silang (*cross-sectional*) yang terdiri dari item khusus juga seringkali memiliki nilai R^2 atau Adjusted R^2 yang cukup tinggi, karena karakteristik khusus dari setiap item dalam data tersebut memungkinkan penjelasan yang lebih kuat terhadap variasi dalam variabel dependen.

Tabel Angka menunjukkan jumlah koefisien determinasi. Ini menunjukkan nilai korelasi berganda (R), koefisien determinasi (R^2), koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*), dan *standar error R Square*.³⁴

c. Uji F (uji simultan)

Apakah Anda ingin mengetahui apakah variabel-variabel yang dijelaskan telah cukup menggambarkan variasi variabel-variabel yang dijelaskan secara bersamaan atau bersamaan, Anda dapat menggunakan uji F, yang merupakan singkatan dari “uji simultan”, untuk memeriksa distribusi atau varians dari variabel-variabel tersebut. berarti dalam variabel tersebut. Dalam penelitian ini kami menggunakan uji F untuk menguji tingkat signifikansi (α) guna mengevaluasi hipotesis kami. Dalam hal ini variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dan jika peluangnya kurang dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Untuk melakukan pengujian ini, kami

³³ Muh Iqbal and A Sapada, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Magic Cell Oppo Store Parepare’, *Jurnal Kewirausahaan*, 8.1 (2021), 10–19.

³⁴ Agyng Bhuono Nugroho, “Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS” (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005). 51

membandingkan nilai F yang dihitung dengan tabel F , dengan mempertimbangkan kondisi berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

atau:

- Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.³⁵

d. Uji t (signifikan parameter parsial)

Uji parsial (uji t) ini digunakan untuk melihat signifikan pengaruh masing-masing variabel bebas yang terdiri atas *brand ambassador* (X_1), label halal (X_2), dan kualitas produk (X_3) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai t_{hitung} yang dihitung dan nilai tabel, dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Untuk melakukan pengujian ini, kami membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dalam kondisi tertentu.:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

atau:

- Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.³⁶

³⁵ Siti Lam'ah Nasution, 'Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Master Cash & Credit Kota Pinang', *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6.1 (2019), 60–69 <<https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i1.35>>.

³⁶ Rosyidah Rachman and Husni Husni, 'Analisis Kausalitas Keterampilan Pimpinan Dan Moral Kerja Terhadap Kedisiplinan Pegawai Pemerintahan', *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 3.1 (2023), 90–100 <<https://doi.org/10.58406/samalewa.v3i1.1188>>.