

### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

#### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian asosiatif yaitu meneliti hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan ini dapat berupa korelasional atau sebab-akibat (kausal). Fokus penelitian ini adalah untuk menentukan apakah variabel tertentu berhubungan atau berdampak pada variabel lainnya. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian asosiatif biasanya diperoleh melalui instrument penelitian seperti kuisioner. Selanjutnya, data tersebut dianalisis untuk menguji hipotesis yang telah dibuat sebelumnya menggunakan metode analisis statistik seperti analisis korelasi dan regresi.<sup>70</sup>

Penelitian asosiatif dipilih karena penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena, tetapi juga untuk menganalisis hubungan antarvariabel secara empiris dan terukur, sehingga hasil penelitian dapat

---

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2020).

digunakan sebagai dasar untuk membuat Kesimpulan dan membuat rekomendasi.<sup>71</sup>

## 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, yang angkanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik. Data diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel (atau populasi) melalui kuesioner.<sup>72</sup> Studi ini akan menyelidiki bagaimana Gen Z memilih produk mie Samyang berdasarkan berbagai faktor, termasuk label halal, harga produk, dan *brand ambassador*.

## B. Waktu dan Lokasi Penelitian

### 1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus hingga Desember 2025. Dalam jangka waktu tersebut penulis gunakan untuk melakukan penyebaran kuesioner sebagai data dan informasi yang akan digunakan dalam penelitian ini.

---

<sup>71</sup> Lina Miftahul Jannah and Bambang Prasetyo, 'Pendekatan Kuantitatif', *Materi Pokok Metode Penelitian Kuantitatif*, 2012, 1–19 .

<sup>72</sup> Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2023).

## 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tiga Lokasi di kota Bengkulu yang dianggap terkait perilaku konsumsi Generasi Z, khususnya mereka yang sering membeli mie instan atau produk mie samyang. Lokasi pertama adalah gerai-gerai seperti indomaret dan alfamart. Peneliti telah memilih minimarket ini karena merupakan tempat yang sering dikunjungi oleh Gen Z untuk membeli kebutuhan sehari-hari mereka, termasuk berbagai variant mie instan, ketersediaan produk mie Samyang di Sebagian besar gerai juga memudahkan peneliti untuk menjangkau responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Selain minimarket, penelitian juga dilakukan di Hypermart di kawasan Bencoolen Mall. Hypermart dipilih karena merupakan pusat perbelanjaan besar dengan arus kunjungan yang tinggi, terutama dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan remaja Gen Z. Dengan menyediakan berbagai jenis mie instan impor, seperti mie Samyang, peneliti dapat menentukan apakah responden pernah atau sering mengonsumsi produk tersebut.

Lokasi terakhir adalah Universitas Bengkulu, yang menjadi pusat aktivitas mahasiswa sebagai bagian dari kelompok Generasi Z. Mahasiswa demografi yang dinamis dan banyak mengonsumsi mie instan. Universitas Bengkulu adalah tempat yang strategis untuk mendapatkan responden

yang relevan dengan subjek penelitian karena mie Samyang sangat populer di kalangan mahasiswa.

Secara keseluruhan, pemilihan lokasi penelitian di minimarket (Indomaret dan Alfamart), pusat perbelanjaan besar (Hypermart Bencoolen Mall), dan lingkungan pendidikan (Universitas Bengkulu) memberikan cakupan yang luas dan representatif untuk menjangkau konsumen Gen Z yang pernah atau sering membeli Mie Samyang di Kota Bengkulu.

### **C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi mencakup semua elemen penelitian, termasuk manusia, hewan, benda, fenomena, dan peristiwa yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Dengan kata lain, populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan.<sup>73</sup> Penelitian ini melibatkan semua anggota Generasi Z, yaitu mereka yang berusia antara 17 dan 26 tahun dan tinggal di kota Bengkulu. Namun tidak semua anggota Gen Z termasuk dalam populasi penelitian ini. Penelitian ini secara khusus berfokus pada orang-orang yang

---

<sup>73</sup> Nidia Suriani, Risnita, and M. Syahrani Jailani, 'Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan', *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2023), 24–36.

pernah membeli atau mengonsumsi produk mie Samyang, jadi populasinya terbatas.

**Tabel 3.1**

**Penduduk Kelompok Usia Tahun 2024 Kota Bengkulu**

| Kelompok Umur (Tahun) | Laki-laki | Perempuan | Jumlah  |
|-----------------------|-----------|-----------|---------|
| 15 – 19               | 88.615    | 82.742    | 171.357 |
| 20 – 24               | 88.311    | 83.266    | 171.577 |
| 25 – 29               | 88.810    | 84.733    | 173.543 |
| Total                 |           |           | 516.291 |

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bengkulu.<sup>74</sup>

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian yang mewakili total dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili populasi itu.<sup>75</sup> Metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian adalah *purposive sampling*, yang artinya pemilihan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Metode pengambilan sampel ini termasuk dalam *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, seperti:

<sup>74</sup> Badan Pusat Statistik (BPS), ‘Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Provinsi’, *Badan Pusat Statistik*, 2024 <<https://bengkulu.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTM4IzI=/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-provinsi-bengkulu.html>>. diakses 15 Desember 2025, pukul 19.37

<sup>75</sup> Sugiyono.

1. Berusia 17–26 tahun (Generasi Z).
2. Beragama Islam.
3. Pernah mengonsumsi atau mengetahui produk Mie Samyang.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error) 10%. Perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *slovin*, berikut rumusnya:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel yang digunakan

N: Besar populasi: Standar eror 10%

Kota Bengkulu memiliki jumlah Penduduk sebanyak 516.291 jiwa sehingga sampel yang dibutuhkan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{516.291}{1 + 516.291 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{516.291}{1 + 561.291 (0,01)}$$

$$n = \frac{516.291}{1 + 5.162,91}$$

$$n = \frac{516.291}{5.163,91}$$

$$n = 99,98$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, Dengan populasi 516.291 jiwa dan *margin of error* 10%, ukuran sampel yang diperlukan adalah sekitar 100 responden.

#### **D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Sumber Data**

###### **a. Data Primer**

Data primer kuesioner adalah data asli yang dikumpulkan langsung dari responden oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner atau angket alat pengumpulan data utama dalam penelitian.<sup>76</sup> Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disusun berdasarkan variabel utama seperti label halal, harga produk, *brand ambassador*, dan keputusan pembelian. Kuesioner juga digunakan untuk mendapatkan informasi yang tidak dapat diperoleh dari data sekunder. Ini lebih akurat karena diperoleh secara langsung dari peserta di lapangan.

###### **b. Data Sekunder**

Data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber lain seperti dokumen, laporan, buku, hasil penelitian sebelumnya, atau data yang dikumpulkan oleh pihak lain

---

<sup>76</sup> Meita Sekar Sari and Muhammad Zefri, 'Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura', *Jurnal Ekonomi*, 21.3 (2019), 311.

disebut data sekunder.<sup>77</sup> Data ini biasanya digunakan untuk melengkapi atau mendukung data primer dan diperoleh lebih cepat serta dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pengumpulan data primer. Pada penelitian ini, data sekunder dapat berasal dari publikasi resmi seperti laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang memuat data demografi wilayah penelitian, dan arsip.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi merupakan cara untuk mengumpulkan informasi dengan melihat langsung Tindakan, kejadian, atau fenomena yang sedang terjadi tanpa bertanya kepada orang yang diamati. Sebaliknya, pengamat hanya mencatat apa yang dilakukan oleh orang tersebut dengan cara yang objektif, berdasarkan fakta, dan teratur.<sup>78</sup>

### b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan metode untuk mengumpulkan informasi dengan cara memberikan kuesioner berisi pertanyaan yang sudah teratur kepada responden. Kuesioner dapat sifatnya tertutup, di mana responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan, atau terbuka, yang mana responden diperbolehkan untuk

---

<sup>77</sup> Suprayogo, Imam, and Tobroni, 'Metodelogi Penelitian Agama', *Metodologi Penelitian*, 2014, 102.

<sup>78</sup> Dwi Sastra Nurrokhma, 'Strategi Observasi Kritis Untuk Pembelajaran Menulis Teks Laporan Hasil Observasi', *Journal of Education and Learning Sciences*, 01.November (2021), 27–29.

memberikan jawaban mereka sendiri.<sup>79</sup> Skala yang dipakai pada kuesioner ini adalah skala Likert dengan lima (5) tingkat jawaban-partisipatif, di mana peneliti berperan hanya sebagai pengamat.

**Tabel 3.2**  
**Penilaian skala likert**

|                     |   |
|---------------------|---|
| Sangat Setuju       | 5 |
| Setuju              | 4 |
| Cukup Setuju        | 3 |
| Tidak Setuju        | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data dari sumber yang sudah ada. Hasil dari dokumentasi dapat berupa tulisan atau gambar. Dokumentasi ini didukung dengan data yang relevan untuk penelitian yang direncanakan, guna menghasilkan temya dari angket. Menurut Sugiono, dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen tertulis, gambar, atau rekaman yang relevan dengan objek yang sedang diteliti.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (Bandung: Penerbit Alfabeta CV, 2022), h.75.

<sup>80</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Edisi 2* (Bandung, 2021)

## E. Variabel dan Definisi Operasional

### 1. Variabel

Dalam penelitian kuantitatif, variabel adalah segala hal yang bisa diamati dan dapat berubah nilainya.<sup>81</sup> Variabel ini sangat penting untuk menjelaskan bagaimana satu hal memengaruhi yang lainnya di dalam fenomena yang diteliti. Penelitian ini terdiri dari variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen adalah faktor yang diduga memengaruhi variabel lainnya, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>82</sup> Semua variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1–5, yang menggambarkan tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan, yaitu: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup Setuju, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju

### 2. Definisi Operasional

Agar setiap variabel bisa diukur secara empiris dan objektif, maka diperlukan definisi operasional variabel. Definisi operasional ini menjelaskan bagaimana suatu konsep atau ide teoretis dikonversi menjadi indikator bisa

---

<sup>81</sup> Sugiyono.

<sup>82</sup> Muhammad Syahrani, 'Prosedur Penelitian Kuantitatif', *EJurnal Al Musthafa*, 2022.

diamati dan diukur.<sup>83</sup> Dengan kata lain, definisi operasional bertujuan untuk memastikan bahwa variabel yang diteliti memiliki ukuran yang jelas, sehingga hasilnya bisa diujikan secara statistik.

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

| No | Variabel                      | Defnisi Variabel                                                                                                                                                                                        | Indikator                                                                                                                                          |
|----|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Label Halal (X <sub>1</sub> ) | Label halal adalah simbol yang menunjukkan bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan syariat Islam dan tersertifikasi oleh lembaga resmi seperti MUI. Label halal memberikan jaminan kehalalan produk | 1. Pengetahuan Label Halal.<br>2. Perhatian pada label halal.<br>3. Pertimbangan label halal dalam pembelian.<br>Kepercayaan terhadap label halal. |

<sup>83</sup> Ridwan Karim, 'Definisi Operasional : Tujuan, Manfaat Dan Cara Membuat - Buku Deepublish', *Www.Penerbitbukudeepublish.Com*, 2021.

|    |                                   |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                 |
|----|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                   | serta meningkatkan kepercayaan konsumen.                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                 |
| 2. | Harga Produk ( $X_2$ )            | Harga produk adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang, yang mencerminkan nilai manfaat dan kualitas yang diterima. Harga berperan penting dalam membentuk persepsi nilai produk. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harga dengan manfaat.</li> <li>2. Keterjangkauan harga.</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan kualitas</li> <li>4. Diskon/promosi</li> </ol> |
| 3. | <i>Brand Ambassador</i> ( $X_3$ ) | Brand ambassador adalah figur publik atau                                                                                                                                                                                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kredibilitas Brand Ambassador</li> <li>2. Daya tarik brand ambassador.</li> </ol>                                                                     |

|    |                         |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                         | influencer yang ditunjuk perusahaan untuk mewakili dan mempromosikan produk agar menciptakan citra positif di mata konsumen                                      | 3. Kesesuaian brand ambassador dengan produk                                                                                                                                                                                                                         |
| 4. | Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian adalah proses mental dan perilaku konsumen dalam memilih, membeli, dan mengevaluasi produk berdasarkan kebutuhan dan kepuasan yang dirasakan | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keyakinan konsumen terhadap produk.</li> <li>2. Kebiasaan membeli produk.</li> <li>3. Dorongan emosional dalam pembelian.</li> <li>4. Perilaku pasca pembelian.</li> <li>5. Kesiediaan merekomendasikan produk.</li> </ol> |

## **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah cara seseorang mengevaluasi informasi penelitian yang sudah diperoleh, termasuk alat statistik yang relevan yang digunakan dalam penelitian. Metode pengelolaan data yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mengolah serta menyajikan data penelitian dengan teratur, sehingga dapat memberikan gambaran tentang ciri-ciri data tanpa melakukan pengujian atau menarik kesimpulan yang umum terhadap populasi.<sup>84</sup>

Penelitian ini mengimplementasikan beberapa Langkah dalam Teknik pengolahan data untuk menguji alat penelitian dan menganalisis hubungan antara variabel independent dan dependen. Adapun tahapan analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **1. Uji Kualitas Data**

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

Analisis validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Suatu pengukur dikatakan valid, jika alat itu mengukur apa yang harus diukur alat itu. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrumen. Uji ini bertujuan untuk mengetahui

---

<sup>84</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Edisi 2 (Bandung: Alfabeta Cv, 2021), h. 207

apakah setiap item dalam kuesioner dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu item dianggap valid jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.<sup>85</sup>

1. Jika nilai  $r$  hitung  $>$  nilai  $r$  tabel, maka alat ukur atau instrument penelitian yang digunakan adalah valid.
2. Jika nilai  $r$  hitung  $<$  nilai  $r$  tabel, maka alat ukur atau instrument penelitian yang digunakan adalah tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat pengukur yang, ketika seseorang mengukur suatu gejala pada waktu yang berbeda, selalu menghasilkan hasil yang sama, yang berarti bahwa hasil yang diukur pada waktu yang berbeda selalu menghasilkan hasil yang sama. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui seberapa dapat dipercaya dan konsisten hasil dari alat tertentu. Alat dianggap reliabel jika nilai *alfa cronbach*nya lebih besar dari 0,60.<sup>86</sup>

#### 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik sangat penting, terutama pada jenis penelitian yang menggunakan data mentah sebagai sumber data. Pengujian hipotesis klasik adalah

---

<sup>85</sup> Sugiyono.

<sup>86</sup> Sugiyono.

analisis yang menentukan apakah ada masalah hipotesis klasik dalam model regresi. Uji-uji ini termasuk uji normalitas dan multikolinearitas. Hal tersebut dinyatakan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Tujuan dari dilakukannya uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan pendekatan visual melalui *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam model korelasi yang baik, setidaknya tidak ada korelasi antar variabel. Untuk memastikan bahwa antar variabel independen tidak memiliki korelasi tinggi (nilai Tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ ).

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi yang digunakan terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>87</sup>

**3. Uji Hipotesis**

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan Korea pada kalangan Gen Z.

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga produk terhadap keputusan pembelian produk mie instan Korea pada kalangan Gen Z

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk mie instan Korea pada kalangan Gen Z.

H<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal, harga produk, dan *brand ambassador* secara bersamaan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Korea pada kalangan Gen Z.

---

<sup>87</sup> Stuti Nuryadi, *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, Edisi 1 (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017), h.79.

Untuk menguji hipotesis-hipotesis tersebut, akan digunakan metode uji regresi linear berganda, serta uji t (parsial) dan uji F (simultan) agar dapat mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas maupun secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk melihat sejauh mana label halal, harga produk, dan brand ambassador ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).<sup>88</sup> Model umum persamaan regresi linear berganda dituliskan sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Keputusan Pembelian produk mie samyang

$a$  = Nilai constant

$X_1$  = Label Halal

$X_2$  = Harga Produk

$X_3$  = Brand Ambassador

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

---

<sup>88</sup> Sugiyono.

e= Standar error (kesalahan residual)

b. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individu (parsial) terhadap variabel dependen. Dengan uji ini, peneliti dapat mengetahui apakah label halal, harga produk, dan brand ambassador masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>89</sup>

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel berpengaruh signifikan
2. Jika nilai Sig.  $\geq$  0,05, maka variabel tidak berpengaruh signifikan

c. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui apakah label halal, harga produk, dan Brand Ambassador secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>90</sup> Kriteria pengambilan keputusan:

---

<sup>89</sup> Imam. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

<sup>90</sup> Duwi Priyatno, 'SPSS Untuk Analisis Statistik Data Penelitian.' (Yogyakarta: Andi, 2020).

1. Jika nilai Sig. < 0,05, maka model regresi signifikan secara simultan
2. Jika nilai Sig.  $\geq$  0,05, maka model regresi tidak signifikan secara simultan

#### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan angka yang menyatakan besarnya sumbangan yang diberikan oleh sebuah atau lebih variabel bebas terhadap naik turunnya variabel terikat Rumus. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dalam model regresi. Nilai  $R^2$  berada pada rentang 0–1. Nilai  $R^2$  yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang tinggi, karena sebagian besar varians variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sebaliknya, nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang lemah.<sup>91</sup>

Dalam penelitian yang melibatkan lebih dari satu variabel independen, nilai  $R^2$  cenderung meningkat seiring penambahan variabel, meskipun variabel tersebut tidak signifikan. Karena itu, penelitian sering menggunakan Adjusted  $R^2$ , yaitu koefisien determinasi

---

<sup>91</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

yang disesuaikan dengan jumlah variabel sehingga memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai kesesuaian model regresi.

