

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Joyday

Joyday adalah merek es krim produksi Cina, Joyday hadir di Tanah Air sejak 2018 akhir dengan membidik pasar pertama kali di 26 provinsi dan 260 pasar di Indonesia. PT. Green Asia Food dan PT. Yili Indonesia Dairy meresmikan pabrik es krim pertama di Asia Tenggara. Pabrik itu akan menjadi tempat pengolahan Joyday, dengan kapasitas produksi 159 Ton perhari pabrik seluas 8 hektare di atas lahan 17 hektare itu diklaim sebagai yang terbesar di Indonesia. Pabrik ini juga disebut sebagai basis produksi perusahaan pengolahan susu terbesar di China itu, di Asia Tenggara.

Gambar 4.1

Logo Joyday



Ciri khas Es krim Joyday hanya menggunakan susu murni, bahan – bahan yang berkualitas dan standar mutu internasional serta telah mendapatkan sertifikasi halal dari BPOM dan LPPOM MUI. Joyday memiliki 35 Varian rasa, 10 rekomendasi es krim Joyday yang akan membuat kamu Joydeh yaitu: Mung Bean, Mocha Crispy, Crunchy Chocolate Vanilla, Crunchy Matcha Cheese, Strawberry Milkshake, Seasalt Caramel, Crunchy Chocolate Blueberry, Frutti Frizz dan Cool Watermelon, kini Joyday bisa memanjakan lidah para joy peeps di 26 provinsi di Indonesia

2. Akun Instagram Angga Yunanda Sebagai Media Promosi

Gambar 4.2

Akun Instagram @anggayunandareal16



Sumber : [Instagram.com./anggayunandareal16/](https://www.instagram.com/anggayunandareal16/)

Media sosial Instagram merupakan media yang digunakan oleh Angga Yunanda untuk memberikan informasi terkait produk dan penawaran menarik yang mendorong konsumen untuk membeli produk Joyday tersebut.

Angga Yunanda memberikan informasi kepada followers terkait promosi penjualan berupa Giveaway, cashback dan vouche. Media sosial Instagram Angga Yunanda memberikan informasi mengenai produk dan promosi penjualan serta responsif terhadap pertanyaan dan saran yang diberikan oleh followers Instagram @anggayunandareal16.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 90 responden yang sesuai kriteria penelitian dengan penyebaran kuesioner. Untuk mengetahui gambaran responden terhadap Brand Ambassador Angga Yunanda terhadap Keputusan Pembelian, penelitian tersebut dilakukan melalui direct message pada follower Instagram @anggayunandareal16, pada tanggal 15 Juni 2022. Dalam penelitian ini responden diwajibkan mengisi tiga (3) buah pertanyaan yang telah dibagi menjadi beberapa kategori, sebagai berikut.

a. Usia

Tabel 4.1
Usia
N = 90

| Usia | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------|------------------|-----------------------|
| 7 – 10 Tahun | - | - |
| 11 – 20 Tahun | 75 | 83,3% |
| 21 – 35 Tahun | 15 | 16,7% |
| Jumlah | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel usia di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden berusia 7 – 10 tahun tidak ada, berusia 11 - 20 tahun sebanyak 75 orang dengan persentase 83,3%, dan berusia 21 - 35 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 16,7%. Dari data yang diperoleh dapat terlihat bahwa dalam penelitian ini responden didominasi oleh orang yang berusia 11 - 20 tahun sebanyak 75 orang dengan persentase 83,3%.

b. Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Jenis Kelamin
N = 90

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase (%) |
|----------------------|------------------|-----------------------|
| Laki – Laki | 33 | 36,7% |
| Perempuan | 57 | 63,3% |
| Jumlah | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan tabel yang tertera diatas maka dapat diketahui bahwa responden laki-laki memiliki persentase sebesar 36,7% dan responden perempuan memiliki persentase sebesar 63,3% sehingga dapat diketahui bahwa presentase responden adalah mayoritas laki-laki dibandingkan dengan perempuan

c. Pekerjaan

Tabel 4.3
Pekerjaan
N = 90

| Pekerjaan | Frekuensi | Presentase (%) |
|------------------|------------------|-----------------------|
| Pelajar | 5 | 5,1% |
| Mahasiswa | 46 | 36,5% |
| Karyawan Swasta | 27 | 27,6% |
| Wiraswasta | 7 | 7,1% |
| Ibu Rumah Tangga | 4 | 4,1% |
| Tidak Bekerja | 1 | 1% |
| Jumlah | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel status pekerjaan dari seluruh responden sebanyak 90 dengan persentase 100% dapat diketahui bahwa pelajar sebanyak 5 orang dengan persentase 5,1%, mahasiswa sebanyak 46 orang dengan persentase 36,5%, karyawan swasta sebanyak 27 orang dengan persentase 27,6%, ibu rumah tangga sebanyak 4 orang dengan persentase 4,1%, dan responden yang tidak bekerja 1 orang dengan persentase 1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini responden didominasi dengan status mahasiswa sebanyak 46 orang dengan persentase 36,5%.

d. Pernah Membeli Ice Cream Joyday

Tabel 4.4
Pernah Membeli Ice Cream Joyday
N = 90

| Pernah Membeli | Frekuensi | Presentase (%) |
|-----------------------|------------------|-----------------------|
| Ya | 90 | 100% |
| Tidak | - | - |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel yang tertera di atas maka dapat diketahui bahwa responden sebanyak 90 orang dengan data presentase

100%, didapatkan data sebanyak 90 orang dengan persentase 100% merupakan responden yang pernah membeli Ice Cream Joyday.

2. Pernyataan Variabel X (Brand Ambassador)

Pada variabel (X) ini menggunakan 4 (empat) dimensi, yaitu : *Visibility, Credibility, Attraction, Power* yang disusun sebanyak 15 (lima belas) item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut :

a. *Visibility*

Tabel 4.5
Angga Yunanda menyampaikan informasi dengan baik
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|---------------------|-----------|----------------|
| 1. | Sangat Setuju | 34 | 37,8% |
| 2. | Setuju | 55 | 61,1% |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel yang tertera di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% maka dapat diketahui sebanyak 34 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 37,8%, 55 orang menjawab setuju dengan persentase 61,1%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Angga Yunanda dapat menyampaikan informasi tentang produk Joyday dengan baik.

Tabel 4.6
Angga Yunanda Brand Ambassador Joyday

N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|---------------------|-----------|----------------|
| 1. | Sangat Setuju | 43 | 47,8% |
| 2. | Setuju | 44 | 48,9% |
| 3. | Tidak Setuju | 3 | 3,3% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 43 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 37,8%, 44 orang menjawab setuju dengan persentase 48,9%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,3%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Saya tahu Angga Yunanda adalah Brand Ambassador Joyday.

Tabel 4.7

Angga Yunanda memiliki pengetahuan tentang Joyday

N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 28 | 31,1% |
| 2. | Setuju | 57 | 63,3% |
| 3. | Tidak Setuju | 5 | 5,6% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 31,1%, 57 orang menjawab setuju dengan persentase 63,3%, 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5,6%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Angga Yunanda memiliki pengetahuan tentang produk Joyday.

Tabel 4.8
Angga Yunanda memberikan informasi dengan baik
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 37 | 41,1% |
| 2. | Setuju | 50 | 55,6% |
| 3. | Tidak Setuju | 3 | 3,3% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 41,1%, 50 orang menjawab setuju dengan persentase 55,6%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,3%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Informasi tentang produk Joyday yang di sampaikan Angga Yunanda dapat dipahami dengan mudah.

b. Credibility

Tabel 4.9
Angga Yunanda meyakinkan akan kenikmatan Joyday
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 36 | 40% |
| 2. | Setuju | 47 | 52,2% |
| 3. | Tidak Setuju | 7 | 7,8% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 40%, 47 orang menjawab setuju dengan persentase 52,2%, 7 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,8%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa

Angga Yunanda dapat menyampaikan informasi produk Joyday dengan baik.

Tabel 4.10
Angga Yunanda memberi informasi mudah dimengerti
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 33 | 36,7% |
| 2. | Setuju | 52 | 57,8% |
| 3. | Tidak Setuju | 5 | 5,6% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 33 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,7%, 52 orang menjawab setuju dengan persentase 57,8%, 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5,6%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Saya tertarik membeli produk Joyday karena pesan yang disampaikan Angga Yunanda mudah dimengerti.

Tabel 4.11
Angga Yunanda tidak berlebihan dalam menyampaikan pesan
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 36 | 40% |
| 2. | Setuju | 47 | 52,2% |
| 3. | Tidak Setuju | 7 | 7,8% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 40%, 47 orang menjawab setuju dengan persentase 52,2%, 7 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,8%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa

Angga Yunanda sebagai Brand Ambassador tidak berlebihan dalam menyampaikan pesan.

Tabel 4.12
Pesan Angga Yunanda mengenai Joyday dapat dipercaya
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 31 | 34,4% |
| 2. | Setuju | 55 | 61,1% |
| 3. | Tidak Setuju | 4 | 4,4% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34,4%, 55 orang menjawab setuju dengan persentase 61,1%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,4%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa pesan mengenai Joyday dapat dipercaya sehingga saya tertarik untuk membeli produk Joyday.

c. Attraction

Tabel 4.13
Angga Yunanda aktor remaja yang sedang populer
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 38 | 42,2% |
| 2. | Setuju | 43 | 47,8% |
| 3. | Tidak Setuju | 8 | 8,9% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 38 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42,2%, 43 orang menjawab setuju dengan persentase 47,8%, 8 orang menjawab tidak setuju dengan

persentase 8,9%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Angga Yunanda sedang populer.

Tabel 4.14
Angga Yunanda memiliki penampilan yang tampan
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 41 | 45,6% |
| 2. | Setuju | 47 | 52,2% |
| 3. | Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 41 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 45,6%, 47 orang menjawab setuju dengan persentase 52,2%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,2%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Angga Yunanda memiliki penampilan fisik yang tampan.

Tabel 4.15
Angga Yunanda aktor yang ramah
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 32 | 35,6% |
| 2. | Setuju | 54 | 60% |
| 3. | Tidak Setuju | 4 | 4,4% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 35,6%, 54 orang menjawab setuju dengan persentase 60%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan

persentase 4,4%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Angga Yunanda merupakan sosok aktor yang ramah.

d. Power

Tabel 4.16
Angga Yunanda mampu mengajak konsumen membeli Joyday
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 29 | 32,2% |
| 2. | Setuju | 58 | 64,4% |
| 3. | Tidak Setuju | 3 | 3,3% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,2%, 58 orang menjawab setuju dengan persentase 64,4%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,3%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Angga Yunanda sebagai Brand Ambassador memiliki kemampuan untuk mengajak konsumen membeli produk Joyday.

Tabel 4.17
Angga Yunanda memiliki banyak fans
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 37 | 41,1% |
| 2. | Setuju | 50 | 55,6% |
| 3. | Tidak Setuju | 3 | 3,3% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 41,1%, 50 orang menjawab setuju dengan persentase 55,6%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan

persentase 3,3%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Angga Yunanda memiliki banyak fans sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Tabel 4.18
Angga Yunanda menjaga tutur kata
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 38 | 42,2% |
| 2. | Setuju | 49 | 54,4% |
| 3. | Tidak Setuju | 3 | 3,3% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 38 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42,2%, 49 orang menjawab setuju dengan persentase 54,4%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,3%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Angga Yunanda menjaga tutur kata dan sopan santun.

Tabel 4.19
konsumen mengetahui Joyday dari Angga Yunanda
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 24 | 26,7% |
| 2. | Setuju | 49 | 54,4% |
| 3. | Tidak Setuju | 16 | 17,8% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 26,7%, 49 orang menjawab

setuju dengan persentase 54,4%, 16 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 17,8%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Saya mengetahui produk Joyday dari Brand Ambassador Angga Yunanda

3. Pernyataan variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pada variabel (Y) ini menggunakan 5 (lima) dimensi, yaitu : Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi pembelian, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian yang disusun sebanyak 20 (dua puluh) item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut :

a. Pengenalan Masalah

Tabel 4.20
Konsumen mendapatkan komposisi yang pas
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 29 | 32,2% |
| 2. | Setuju | 59 | 65,5% |
| 3. | Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,2%, 59 orang menjawab setuju dengan persentase 65,5%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,2%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Saya mendapatkan komposisi yang pas dengan selera saya pada produk Joyday.

Tabel 4.21

Konsumen mencari tahu tentang Joyday

N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 29 | 32,2% |
| 2. | Setuju | 58 | 64,4% |
| 3. | Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 21 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,2%, 53 orang menjawab setuju dengan persentase 65,5%, 14 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 15,6%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,2%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Sebelum saya membeli Joyday saya mencari tahu dahulu tentang produk tersebut.

Tabel 4.22

Konsumen membeli Joyday karena sesuai

N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 29 | 32,2% |
| 2. | Setuju | 58 | 64,4% |
| 3. | Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,2%, 58 orang menjawab setuju dengan persentase 64,4%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,2%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Saya membeli Joyday karena sesuai dengan yang saya mau.

Tabel 4.23
Tidak ada keraguan ketika membeli Joyday
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 30 | 33,3% |
| 2. | Setuju | 57 | 63,3% |
| 3. | Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 33,3%, 57 orang menjawab setuju dengan persentase 63,3%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,2%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Tidak ada keraguan lagi ketika saya membeli produk Joyday.

Tabel 4.24
Melakukan pembelian ulang
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 31 | 34,4% |
| 2. | Setuju | 56 | 62,2% |
| 3. | Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34,4%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 62,2%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,2%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Saya akan melakukan pembelian ulang pada produk Joyday setelah saya merasakan kenikmatannya.

b. Pencarian Informasi

Tabel 4.25
Konsumen mencari informasi tentang Joyday sebelum membelinya
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 26 | 28,9% |
| 2. | Setuju | 47 | 52,2% |
| 3. | Tidak Setuju | 16 | 17,8% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 26 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 28,9%, 47 orang menjawab setuju dengan persentase 52,2%, 16 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 17,8%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Saya mencari informasi terlebih dahulu tentang produk Joyday sebelum saya membelinya.

Tabel 4.26
Mengetahui produk Joyday dari (keluarga, teman, sahabat, dll)
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 27 | 30% |
| 2. | Setuju | 47 | 52,2% |
| 3. | Tidak Setuju | 12 | 13,3% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 4 | 4,4% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 30%, 47 orang menjawab setuju dengan persentase 52,2%, 12 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 13,3%, 4 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 4,4%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Saya mengetahui produk Joyday dari (keluarga, teman, sahabat, dll)

Tabel 4.27
Mengetahui produk Joyday dari Sosial Media
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 31 | 34,4% |
| 2. | Setuju | 47 | 52,2% |
| 3. | Tidak Setuju | 10 | 11,1% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34,4%, 47 orang menjawab setuju dengan persentase 52,2%, 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 11,1%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Saya mengetahui informasi produk Joyday dari Sosial Media.

Tabel 4.28
Mengetahui produk Joyday dari Iklan Tv
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 28 | 31,1% |
| 2. | Setuju | 48 | 53,3% |
| 3. | Tidak Setuju | 13 | 14,4% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 31,1%, 48 orang menjawab setuju dengan persentase 53,3%, 13 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 14,4%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan

persentase 1,1%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Saya mengetahui informasi produk Joyday dari Iklan Tv.

c. Evaluasi Alternatif

Tabel 4.29
Memilih Joyday karena mengetahui kelebihan produk
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 28 | 31,1% |
| 2. | Setuju | 55 | 61,1% |
| 3. | Tidak Setuju | 7 | 7,8% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 31,1%, 55 orang menjawab setuju dengan persentase 61,1%, 7 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,8 %. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Saya memilih Joyday karena saya mengetahui kelebihan produk tersebut.

Tabel 4.30
Memilih terlebih dahulu varian mana yang akan di beli
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 44 | 48,9% |
| 2. | Setuju | 44 | 48,9% |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 44 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 48,9%, 44 orang menjawab setuju dengan persentase 48,9%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan

persentase 1,1%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%. Dari data yang diperoleh menyatakan sangat setuju dan setuju memiliki hasil yang sama bahwa Sebelum membeli Joyday saya akan memilih terlebih dahulu varian mana yang akan saya beli.

Tabel 4.31
Membandingkan terlebih dahulu dengan produk lain
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 21 | 23,3% |
| 2. | Setuju | 58 | 64,4% |
| 3. | Tidak Setuju | 9 | 10% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 21 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 23,3%, 58 orang menjawab setuju dengan persentase 64,4%, 9 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 10%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,2%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Ketika ingin membeli produk Joyday saya membandingkan terlebih dahulu dengan produk lain.

d. Keputusan Pembelian

Tabel 4.32
Membeli Joyday karena harganya murah
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 38 | 42,2% |
| 2. | Setuju | 50 | 55,6% |
| 3. | Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 38 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42,2%, 50 orang menjawab setuju dengan persentase 55,6%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,2%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Saya membeli produk Joyday karena harganya yang sangat terjangkau.

Tabel 4.33
Ice Cream yang sangat sesuai dengan selera
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 32 | 35,6% |
| 2. | Setuju | 57 | 63,3% |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 35,6%, 57 orang menjawab setuju dengan persentase 63,3%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,1%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Rasa Ice Cream yang sangat sesuai dengan selera saya sehingga memutuskan untuk membeli produk Joyday.

Tabel 4.34
Membeli Joyday karena sesuai dengan kebutuhan
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 30 | 33,3% |
| 2. | Setuju | 56 | 62,2% |
| 3. | Tidak Setuju | 4 | 4,4% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 33,3%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 62,2%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,4%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Saya membeli Joyday karena sesuai dengan kebutuhan saya.

Tabel 4.35
Membeli Joyday karena mudah didapatkan
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 27 | 30% |
| 2. | Setuju | 56 | 61,1% |
| 3. | Tidak Setuju | 7 | 7,8% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 30%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 61,1%, 7 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,8%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Saya membeli Joyday karena mudah didapatkan.

Tabel 4.36
Membeli Joyday karena kualitas bagus
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 29 | 32,2% |
| 2. | Setuju | 59 | 65,6% |
| 3. | Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,2%, 59 orang menjawab setuju dengan persentase 65,6%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,2%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Saya membeli Joyday karena kualitas yang sangat bagus.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Tabel 4.37
Konsumen puas dengan Joyday
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 40 | 44,4% |
| 2. | Setuju | 49 | 54,4% |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 90 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 44,4%, 49 orang menjawab setuju dengan persentase 54,4%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Saya merasa puas dengan produk Joyday.

Tabel 4.38
Konsumen melakukan pembelian berulang kali
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 24 | 26,7% |
| 2. | Setuju | 63 | 70% |
| 3. | Tidak Setuju | 2 | 2,2% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 26,7%, 63 orang menjawab setuju dengan persentase 70%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,2%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%. Dari data yang diperoleh menyatakan setuju bahwa Setelah saya membeli produk Joyday, saya akan melakukan pembelian berulang ulang kali.

Tabel 4.39
Akan merekomendasikan Joyday kepada orang lain
N = 90

| No. | Pernyataan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju | 31 | 34,4% |
| 2. | Setuju | 58 | 64,4% |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| 4. | Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Jumlah | | 90 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34,4%, 58 orang menjawab setuju dengan persentase 64,4%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,1%. Dari data yang diperoleh menyatakan

setuju bahwa Setelah saya membeli produk Joyday saya akan merekomendasikan kepada orang lain.

4. Rekapitulasi Variabel X dan Y

Hasil pengembangan indikator variabel X yakni Pengaruh Brand Ambassador Angga Yunanda berdasarkan tabel sebagai berikut.

Tabel 4.40
Rekapitulasi Variabel X

| No. | Pernyataan | Mean |
|--------------------|------------|-------------|
| 1. | X1 | 3,35 |
| 2. | X2 | 3,44 |
| 3. | X3 | 3,25 |
| 4. | X4 | 3,37 |
| 5. | X5 | 3,32 |
| 6. | X6 | 3,31 |
| 7. | X7 | 3,32 |
| 8. | X8 | 3,3 |
| 9. | X9 | 3,31 |
| 10. | X10 | 3,43 |
| 11. | X11 | 3,31 |
| 12. | X12 | 3,28 |
| 13. | X13 | 3,37 |
| 14. | X14 | 3,38 |
| 15. | X15 | 3,06 |
| Jumlah | | 49,8 |
| Rata – rata | | 3,32 |

Sumber : hasil penelitian juni 2022

Dari hasil di atas responden menilai bahwa variabel Brand Ambassador tergolong tinggi dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata

keseluruhan jawaban responden pada variabel Brand Ambassador (X) sebesar 3,32.

Hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yakni Keputusan Pembelian berdasarkan tabel sebagai berikut.

Tabel 4.41
Rekapitulasi Variabel Y

| No. | Pernyataan | Mean |
|--------------------|------------|--------------|
| 1. | Y1 | 3,3 |
| 2. | Y2 | 3,03 |
| 3. | Y3 | 3,27 |
| 4. | Y4 | 3,28 |
| 5. | Y5 | 3,3 |
| 6. | Y6 | 3,08 |
| 7. | Y7 | 3,11 |
| 8. | Y8 | 3,18 |
| 9. | Y9 | 3,14 |
| 10. | Y10 | 3,23 |
| 11. | Y11 | 3,45 |
| 12. | Y12 | 3,08 |
| 13. | Y13 | 3,4 |
| 14. | Y14 | 3,34 |
| 15. | Y15 | 3,28 |
| 16. | Y16 | 3,2 |
| 17. | Y17 | 3,3 |
| 18. | Y18 | 3,43 |
| 19. | Y19 | 3,22 |
| 20. | Y20 | 3,34 |
| Jumlah | | 64,96 |
| Rata – rata | | 3,248 |

Sumber : hasil penelitian juni 2022

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Keputusan Pembelian tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 3,248

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Pengaruh Brand Ambassador Angga Yunanda terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian Ice Cream Joyday. Berikut adalah data hasil dari pengolahan SPSS (Statistic Package for Social Science) 23.0 for windows :

Tabel 4.42
Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .744 ^a | .554 | .549 | 5.338 |

a. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

Sumber : Hasil SPSS Versi 25

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel Independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut sebagai koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Joyday dengan nilai R sebesar 0,744 yaitu diantara 0,600 – 0,799 artinya hubungan atau korelasi antara variabel Brand Ambassador berpengaruh tinggi atau kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari :

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti
3. 0,400 – 0,599 artinya cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat

5. 0,800 – 1,000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali.

Sedangkan R square disebut sebagai koefisien determinasi, dapat dijelaskan bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,554. Angka tersebut diartikan bahwa Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh Pengaruh Brand Ambassador sebesar 55,4%, sementara sisanya yaitu 44,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Nilai R square menunjukkan angka 0,554 atau 55,4% artinya Brand Ambassador berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Selanjutnya, yaitu analisis uji regresi linear sederhana yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antara variabel X yaitu Brand Ambassador terhadap variabel Y yaitu Keputusan Pembelian. Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara variabel X dan Y, sebagai berikut:

Tabel 4.43
ANOVA

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 Regression | 3117.985 | 1 | 3117.985 | 109.410 | .000 ^b |
| Residual | 2507.837 | 88 | 28.498 | | |
| Total | 5625.822 | 89 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

Sumber : Hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 109.410 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $0,00 < 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variabel Brand Ambassador berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$. karena angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 4.44
Coefficients

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 18.444 | 4.491 | | | |
| Brand Ambassador | .934 | .089 | .744 | 10.460 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat tabel persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 18,444 + 0.934$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = Brand Ambassador

a = nilai konstan dari Unstandardized Coefficients. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 18,444.

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0.934.

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai X= 0 maka Y= 18,444, dan jika X=1 maka Y=19,378. Artinya setiap peningkatan Brand Ambassador sebesar 1, akan meningkatkan Pengambilan Keputusan Konsumen sebesar 19,378.

6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

Jika t hitung $>$ t -tabel H_0 ditolak dan H_1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika t hitung $<$ t -tabel H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui :

$$n = 90$$

$$R = 0,744$$

$$t = \frac{r \sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

$$t = \frac{0,744 \sqrt{(90 - 2)}}{\sqrt{(1 - 0,744^2)}}$$

$$t = \frac{0,744 \sqrt{(88)}}{\sqrt{(1 - 0,55)}}$$

$$t = \frac{0,744 \times 9,4}{\sqrt{0,45}}$$

$$t = \frac{6,993}{0,670}$$

$$t = 10,437$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai t hitung yaitu 10,437. Sedangkan dengan nilai t table dengan taraf kepercayaan 90% atau nilai signifikansi 10% ($\alpha = 0,10$ atau 0,1) dapat dicari sesuai dengan jumlah responden. Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 90, maka derajat bebasnya (df) $n - 2 = 90 - 2 = 88$. Dengan derajat kebebasan 88 dan tingkat signifikansi 10% maka didapatkan t -hitung 10,437 dan t -tabel 1,661.

Karena nilai t -hitung 10,437 $>$ t -tabel 1,661 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh antara Brand ambassador Angga Yunanda Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Joyday.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu Brand Ambassador dan Keputusan Pembelian. Penelitian dilakukan kepada 90 orang responden

yang merupakan followers Instagram @anggayunandareal16, dapat diketahui bahwa seluruh responden sebanyak 90 dengan persentase 83,3% dalam penelitian ini berusia 11 – 20 tahun, 16,7% berusia 21 – 35 tahun (tabel 4.1). Identitas responden lainnya dapat dilihat dari jenis kelamin dengan mayoritas Perempuan 63,3% dan laki - laki sebanyak 36,7% (tabel 4.2). Identitas responden lainnya adalah status pekerjaan saat ini dari 90 responden terdapat 5,1% pelajar, 36,5% mahasiswa, 27,6% karyawan, 4,1% ibu rumah tangga, 7,1 % wiraswasta dan 1% belum/tidak bekerja (tabel 4.3).

1. Brand Ambassador Angga Yunanda pada Followers Instagram @anggayunandareal16

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa pengaruh Brand Ambassador memiliki 4 (empat) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuesioner penelitian. Hasil dari penilaian responden bahwa dimensi variabel X di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi Brand Ambassador antara lain *Visibility*, *Credibility*, *Attraction* dan *Power* tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Brand Ambassador (X) sebesar 3,32 (tabel 4.40).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) Brand Ambassador pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X2 dengan pernyataan “Saya tahu Angga Yunanda adalah Brand Ambassador Joyday” yaitu sebesar 3,44 (tabel 4.6) karena media sosial Instagram yang memberi informasi postingan mengenai produk Joyday tersebut dengan Brand Ambassador sehingga banyak orang mengetahuinya.

2. Keputusan Pembelian Ice Cream Joyday pada Followers Instagram @anggayunandareal16

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur Keputusan Pembelian memiliki 5 (lima) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel Y di kuesioner penelitian. Hasil dari penilaian responden bahwa

dimensi Keputusan Pembelian antara lain, Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian dan Perilaku Pasca Pembelian tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata-jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 3,248 (tabel 4.41).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) Keputusan Pembelian pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y11 yang memiliki pernyataan “Sebelum saya membeli Joyday saya akan memilih terlebih dahulu varian mana yang akan saya beli” yaitu 3,45 (tabel 4.30) karena Joyday memiliki banyak variant rasa sehingga harus memilih terlebih dahulu yang mana yang akan di beli.

3. Pengaruh Brand Ambassador Angga Yunanda Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Joyday pada Followers Instagram @anggayunandareal16

Pernyataan pada variabel X (Brand Ambassador Angga Yunanda) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena r hitung $>$ r tabel. Uji realibilitas pada variabel X (Brand Ambassador Angga Yunanda) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta pada tingkat realibiltas $>$ 0,80 s.d 1,00 (tabel 3.6 dan tabel 3.7), maka kuesioner variabel X sangat reliabel begitu juga dengan variabel Y sangat reliabel.

Untuk membuktikan adanya pengaruh Brand Ambassador Angga Yunanda terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Joyday maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t-hitung $>$ t-tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai t-hitung 10,437 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,661. Karena t-hitung $>$ t-tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa

terdapat pengaruh antara Brand Ambassador Angga Yunanda terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Joyday.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara Brand Ambassador Angga Yunanda terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Joyday sebesar 0,744 yaitu diantara 0,600 – 0,799 yang berarti hubungan atau korelasi antara variabel Brand Ambassador tinggi atau kuat.

R square yaitu 0,554 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini Minat Beli Konsumen dipengaruhi sebesar 55,4% sementara sisanya yaitu 44,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa followers Instagram @anggayunandareal16 merasa bahwa Brand Ambassador yang dilakukan oleh Angga Yunanda mempengaruhi seseorang untuk memiliki Keputusan Pembelian