

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>48</sup> Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.<sup>49</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif....*, hlm. 2.

<sup>49</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Islam*,(Jakarta: RajaGrafindo Persada,2008), hlm.

## **B. Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>50</sup> Sedangkan operasional adalah suatu definisi yang dinyatakan dalam kriteria atau operasi yang dapat diuji secara khusus.<sup>51</sup>

Jadi operasional variabel adalah semua variabel yang telah ditetapkan dan dipelajari oleh peneliti untuk memperoleh informasi dari hasil penelitian kemudian ditarik kesimpulan. Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ada, maka dalam penelitian ini digunakan 2 variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

### **1. Variabel Independen**

Variabel Independen atau variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>52</sup> Dalam penelitian ini variabel independen ada tiga, yaitu yang menjadi ( $X_1$ ) adalah keragaman produk berlabel halal, ( $X_2$ ) adalah promosi dan ( $X_3$ ) adalah harga.

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, hlm. 38.

<sup>51</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian.....*, hlm. 68.

<sup>52</sup> Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif.....*, hlm. 39.

a. Keragaman Produk Berlabel Halal ( $X_1$ )

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Sedangkan Label halal merupakan keterangan yang berada pada kemasan yang menerangkan tentang kehalalan suatu produk. Selanjutnya yang menjadi indikator keragaman produk adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel Keragaman Produk Berlabel Halal ( $X_1$ )**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Keragaman Produk Berlabel Halal ( $X_1$ )	Kelengkapan Produk	a. Produk lengkap sesuai dengan kebutuhan b. Produk selalu up to date atau yang terbaru	Interval
	Merk Produk	a. Terdapat merk lokal yang dijual b. Sebagian yang dijual bermerk toko itu sendiri	Interval
	Variasi Ukuran Produk	a. Produk-produk bervariasi ukurannya	Interval

		b. Produk-produk bervariasi kemasannya	
	Gambar dan Tulisan	a. Gambar dan tulisan label halal terletak pada tempat yang mudah dilihat	Interval
	Menempel Pada Kemasan	a. Gambar dan tulisan label halal baik atau menempel pada kemasan	Interval

b. Promosi ( $X_2$ )

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan upaya pemasaran produknya. Selanjutnya yang menjadi indikator promosi adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel Promosi (X<sub>2</sub>)**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	Periklanan	a. Promosi melalui sosial media broadcast	Interval
	Hubungan Masyarakat dan Publisitas	a. Mensponsori beberapa acara	Interval
Promosi (X <sub>2</sub> )		b. Promosi yang digunakan mencakup siaran pers	
	Promosi Penjualan	a. Adanya diskon atau voucher, kontes dan undian	Interval
	Promosi Pribadi	a. Promosi yang digunakan mencakup presentasi, pameran dagang dan program intensif	Interval
	Pemasaran Langsung	a. Bentuk promosi yang digunakan mencakup	

		brosur, pemasaran telepon, kios	
--	--	------------------------------------	--

c. Harga ( $X_3$ )

Harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Selanjutnya yang menjadi indikator harga adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 3 Operasional Variabel Harga ( $X_3$ )**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	Keterjangkauan Harga	a. Harga dapat di jangkau oleh kemampuan konsumen b. Harga produk yang ditawarkan toko Al-Muslim Mart lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang ditawarkan toko lain	Interval
	Daya Saing	a. Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi	Interval

		atau di bawah rata-rata dari para pesaing	
Harga( $X_3$ )	Kesesuain Harga Dengan Kualitas Produk	<p>a. Harga sangat mempengaruhi kualitas produk</p> <p>b. Harga produk sesuai dengan kualitas produk</p>	Inteval
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	<p>a. Harga sangat mempengaruhi manfaat yang dihasilkan dari suatu produk</p> <p>b. Harga produk sesuai dengan manfaat produk</p>	Interval

## 2. Variabel Dependen

Variabel Dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> *Ibid.*

- a. Keputusan Pembelian (Y) adalah keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa merupakan alternatif pilihan yang penting bagi pemasar. Selanjutnya yang menjadi indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	Pengenalan Kebutuhan	a. Membeli produk karena keinginan b. Membeli produk karena untuk memenuhi kebutuhan	Interval
	Pencarian Informasi	a. Melalui iklan/ mengetahui produk dari publikasi b. Konsumen mengetahui produk dari rekomendasi orang lain	Interval
Keputusan Pembelian (Y)	Evaluasi Alternatif	a. Mengevaluasi kualitas produk b. Mengevaluasi ragam produk	Interval



	Keputusan Pembelian	<p>a. Konsumen membeli produk karena menyukai merek tersebut</p> <p>b. Konsumen membeli produk karena kualitas</p>	Interval
	Keputusan Pasca Pembelian	<p>a. Tingkat kepuasan</p> <p>b. Tetap menjadi pelanggan</p>	Interval

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik /sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>54</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko Al-Muslim Mart Kota Tasikmalaya. Pada penelitian ini objek yang

---

<sup>54</sup> Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif.....*, hlm. 80.

digunakan adalah konsumen toko Al-Muslim Mart Kota Tasikmalaya yang pernah berbelanja di Toko ini. Ukuran populasi dari penelitian ini tidak teridentifikasi atau tidak di ketahui secara pasti karena tidak ada sumber data yang valid.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>55</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*, dimana teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.<sup>56</sup>

Ukuran populasi ini tidak teridentifikasi, maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya menggunakan rumus sebagai berikut.<sup>57</sup>

$$n = \left[ \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2 = n = \left[ \frac{1,96}{0,20} \right]^2 = 98$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

Z<sub>α/2</sub> : Nilai standar daftar luar normal bagaimana tingkat kepercayaan (α) 95%

---

<sup>55</sup> *Ibid.*, hlm. 81.

<sup>56</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pusta Baru Press, 2018), hlm. 109.

<sup>57</sup> *Ibid.*, hlm. 112.

E : Tingkat ketetapan yang digunakan dengan menggunakan besarnya *error* maksimum secara 20%

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi sebanyak 98 responden. Penulis akan mengambil sampel minimal berjumlah 100 responden.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner.<sup>58</sup> Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan hanya untuk studi pendahuluan.

##### **2. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>59</sup> Pada penelitian ini penulis akan menyampaikan kuesioner kepada responden yang kemudian diisi oleh

---

<sup>58</sup> Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif....*, hlm. 145.

<sup>59</sup> *Ibid.*, hlm. 142

responden secara acak. Adapun responden dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Al-Muslim Mart.

### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen Penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.<sup>60</sup> Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.<sup>61</sup>

Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain

---

<sup>60</sup> Sugiyono, *metode penelitian bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 146.

<sup>61</sup> Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif....*, hlm. 93.

**Tabel 3. 5 Notasi dan Skor Pada Skala Likert**

Nilai	Kriteria jawaban variabel (X dan Y)
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu-ragu (RG)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator/sub-indikator variabel.

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Untuk memudahkan penyusunan instrumen. Maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi.

Di bawah disajikan tabel kisi-kisi instrumen untuk memudahkan penyusunan instrumen:

Tabel 3. 6 kisi-kisi instrumen penelitian

Variabel	Indikator	No item instrumen	Jumlah
<b>Keragaman Produk Berlabel Halal</b>	1. Kelengkapan produk	1,2	2
	2. Merk produk	3,4	2
	3. Variasi ukuran produk	5,6,7	3
	4. Gambar dan tulisan	8,9,10	3
	5. Menempel pada kemasan	11,12	2
<b>Promosi</b>	1. Periklanan	13,14	2
	2. Hubungan masyarakat dan publisitas	15,16	2
	3. Promosi penjualan	17,18,19	3
	4. Promosi pribadi	20	1
	5. Pemasaran langsung	21,22	2
<b>Harga</b>	1. Keterjangkauan harga	23,24,30,31	4
	2. Daya saing	25	1
	3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	26,27,28,29	4

	4. Kesesuain harga dengan manfaat	32,33,34	3
<b>Keputusan pembelian</b>	1. Pengenalan kebutuhan	35,36	2
	2. Pencarian informasi	37,38	2
	3. Evaluasi alternatif	39,40	2
	4. Keputusan pembelian	41,42,43	3
	5. Keputusan pembelian pasca pembelian	44,45,46	3

### 1. Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.<sup>62</sup>

Sekiranya peneliti menggunakan kuesioner di dalam data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya atau data tersebut valid. Teknik korelasi yang digunakan yaitu *person product moment correlation*. Perhitungan ini menggunakan aplikasi SPSS.

---

<sup>62</sup> Wiratna sujarweni, *SPSS untuk penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2015), hlm. 192.

Adapun kriteria penilaian uji validitas yaitu:

- a. Apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (pada signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Hasil dari uji validitas instrumen dilakukan kepada 100 responden dengan taraf signifikansi 5% menurut tabel *product moment* yang memiliki indeks korelasi 0,195. Setelah dilakukan uji validitas instrumen dengan menggunakan SPSS 26 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Instrumen keragaman produk berlabel halal terdiri dari 12 item pernyataan, setelah melakukan analisis melalui SPSS 26 maka diperoleh dari 12 item pernyataan tersebut dinyatakan 12 pernyataan valid. Dengan demikian dapat ditunjukkan dengan tabel berikut :

**Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>1</sub>**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$ (100)	Kriteria
1	0,503	0,195	Valid
2	0,498	0,195	Valid
3	0,517	0,195	Valid
4	0,462	0,195	Valid
5	0,593	0,195	Valid



6	0,570	0,195	Valid
7	0,435	0,195	Valid
8	0,580	0,195	Valid
9	0,404	0,195	Valid
10	0,526	0,195	Valid
11	0,554	0,195	Valid
12	0,557	0,195	Valid

Instrumen promosi terdiri dari 10 item pernyataan, setelah melakukan analisis melalui SPSS 26 maka diperoleh dari 10 item pernyataan tersebut dinyatakan 10 pernyataan valid.

Dengan demikian dapat ditunjukkan dengan tabel berikut :

**Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>2</sub>**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$ (100)	Kriteria
1	0,457	0,195	Valid
2	0,509	0,195	Valid
3	0,712	0,195	Valid
4	0,613	0,195	Valid
5	0,425	0,195	Valid
6	0,276	0,195	Valid
7	0,385	0,195	Valid

8	0,659	0,195	Valid
9	0,516	0,195	Valid
10	0,498	0,195	Valid

Instrumen Harga terdiri dari 12 item pernyataan, setelah melakukan analisis melalui SPSS 26 maka diperoleh dari 12 item pernyataan tersebut dinyatakan 12 pernyataan valid. Dengan demikian dapat ditunjukkan dengan tabel berikut :

**Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Variabel X3**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$ (100)	Kriteria
1	0,535	0,195	Valid
2	0,510	0,195	Valid
3	0,438	0,195	Valid
4	0,492	0,195	Valid
5	0,511	0,195	Valid
6	0,500	0,195	Valid
7	0,612	0,195	Valid
8	0,380	0,195	Valid
9	0,350	0,195	Valid
10	0,445	0,195	Valid
11	0,471	0,195	Valid

12	0,479	0,195	Valid
----	-------	-------	-------

Instrumen keputusan pembelian terdiri dari 12 item pernyataan, setelah melakukan analisis melalui SPSS 26 maka diperoleh dari 12 item pernyataan tersebut dinyatakan 12 pernyataan valid. Dengan demikian dapat ditunjukkan dengan tabel berikut :

**Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$ (100)	Kriteria
1	0,515	0,195	Valid
2	0,529	0,195	Valid
3	0,342	0,195	Valid
4	0,593	0,195	Valid
5	0,762	0,195	Valid
6	0,572	0,195	Valid
7	0,585	0,195	Valid
8	0,705	0,195	Valid
9	0,667	0,195	Valid
10	0,676	0,195	Valid
11	0,657	0,195	Valid
12	0,495	0,195	Valid

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas atau keandalan pengukuran yaitu derajat sejauh mana ukuran menciptakan respon yang sama sepanjang waktu dan lintas situasi. Jadi reliabilitas adalah suatu ukuran dari variabelitas jawaban lewat pengulangan percobaan konseptual. Reliabilitas menekankan pertanyaan apakah responden konsisten dan stabil dalam jawabnya. Dengan kata lain, satu instrumen ukuran disebut reliabel atau andal jika pengukuran dilakukan berulang kali terhadap konsep nilai atau tidak berubah.<sup>63</sup>

Uji Reliabilitas merupakan suatu ukuran kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dalam suatu kuesioner.<sup>64</sup> Pengujian reliabilitas ini akan menggunakan rumus koefisien *Cronbach alpha*.

Perhitungan reliabilitas ini akan dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS. Adapun kriteria penilaiannya, yaitu :

- a. *Cronbach Alpha* > 0,60 maka reliabel
- b. *Cronbach Alpha* < 0,60 maka tidak reliabel

---

<sup>63</sup> Ulber silalahi, *metode penelitian sosial kuantitatif*, (Bandung: PT.Refika Aditama,2015), hlm. 460.

<sup>64</sup> V. Wiratna sujarweni, *metode penelitian bisnis ekonomi*,(Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2015), hlm.110.

Hasil dari uji reliabilitas yang telah dilakukan kepada 100 responden dengan menggunakan SPSS 26 diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X<sub>1</sub>**

No. Item	<i>Cronbach Alpha</i>	$r_{\text{tabel } 5\%}$ (n-2)	Kriteria
1	0,700	0,60	Reliabel
2	0,701	0,60	Reliabel
3	0,699	0,60	Reliabel
4	0,714	0,60	Reliabel
5	0,690	0,60	Reliabel
6	0,691	0,60	Reliabel
7	0,708	0,60	Reliabel
8	0,691	0,60	Reliabel
9	0,752	0,60	Reliabel
10	0,697	0,60	Reliabel
11	0,702	0,60	Reliabel
12	0,693	0,60	Reliabel

**Tabel 3. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X<sub>2</sub>**

No. Item	<i>Cronbach Alpha</i>	$r_{\text{tabel } 5\%}$ (n-2)	Kriteria
1	0,673	0,60	Reliabel

2	0,665	0,60	Reliabel
3	0,617	0,60	Reliabel
4	0,646	0,60	Reliabel
5	0,674	0,60	Reliabel
6	0,698	0,60	Reliabel
7	0,688	0,60	Reliabel
8	0,632	0,60	Reliabel
9	0,673	0,60	Reliabel
10	0,673	0,60	Reliabel

**Tabel 3. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X<sub>3</sub>**

No. Item	<i>Cronbach Alpha</i>	$r_{\text{tabel } 5\% (n-2)}$	Kriteria
1	0,641	0,60	Reliabel
2	0,659	0,60	Reliabel
3	0,655	0,60	Reliabel
4	0,648	0,60	Reliabel
5	0,643	0,60	Reliabel
6	0,648	0,60	Reliabel
7	0,624	0,60	Reliabel
8	0,663	0,60	Reliabel
9	0,673	0,60	Reliabel

10	0,658	0,60	Reliabel
11	0,662	0,60	Reliabel
12	0,661	0,60	Reliabel

**Tabel 3. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**

No. Item	<i>Cronbach Alpha</i>	$r_{\text{tabel } 5\%}$ (n-2)	Kriteria
1	0,811	0,60	Reliabel
2	0,809	0,60	Reliabel
3	0,835	0,60	Reliabel
4	0,803	0,60	Reliabel
5	0,789	0,60	Reliabel
6	0,806	0,60	Reliabel
7	0,811	0,60	Reliabel
8	0,792	0,60	Reliabel
9	0,796	0,60	Reliabel
10	0,796	0,60	Reliabel
11	0,797	0,60	Reliabel
12	0,815	0,60	Reliabel

## F. Uji Persyaratan Analisis

### 1. Uji Asumsi Dasar

Asumsi Dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan statistik parametrik atau non parametrik. Dalam penelitian ini uji normalitas dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS melalui kolmogrov smirnov. Data yang baik adalah data yang mempunyai olah seperti distribusi normal, yakni distribusi tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan.<sup>65</sup> Kriteria pengujian:

- 1) Angka signifikansi (SIG)  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal
- 2) Angka signifikansi (SIG)  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal

#### b. Uji Linearitas

Linearitas adalah keadaan dimana hubungan antara variabel dependen dan variabel independen bersifat linear (garis lurus) dalam range variabel independen tertentu.<sup>66</sup> Uji linearitas ini dilakukan yang

---

<sup>65</sup> Singgih santoso, *statistik multivariat dengan SPSS*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2017), hlm. 42.

<sup>66</sup> *Ibid*, hlm. 50.



pertama dengan uji membandingkan nilai signifikansi 0,05 dan yang kedua dengan membandingkan F hitung dengan F tabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Asumsi Klasik merupakan persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik pada penelitian ini adalah:

### a. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (Multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.<sup>67</sup> Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Variabel yang tidak menyebabkan multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance yang lebih dari 0,10 atau VIF yang kurang dari 10.

### b. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan variabel residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot,

---

<sup>67</sup> Singgih santoso, *mahir statistik parametrik : konsep dasar dan apikasi dengan SPSS*, (Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2018), hlm. 195.

regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas jika titik-titik dapat menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak hanya mengumpul di atas atau dibawah saja,penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.<sup>68</sup> Selain itu, penelitian ini juga menggunakan uji Spearman Rho. Uji Spearman Rho adalah mengkorelasikan nilai residual (unstandardized residual) dengan masing-masing independen, dengan ketentuan jika signifikansi korelasi lebih kecil dari 0,05 maka model terjadi masalah Heterokedastisitas, dan sebaliknya jika korelasi lebih besar dari 0,05 maka model tidak terjadi masalah Heterokedastisitas.<sup>69</sup>

## **G. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif merupakan bidang ilmu

---

<sup>68</sup> V. Wiratna Sujarweni, *metodologi penelitian bisnis & ekonomi....*, hlm. 177-178.

<sup>69</sup> Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Serviced Solution) untuk Analisis Data dan Uji Statistik*, (Yogyakarta: Mediakom,2008), hlm. 84.

pengetahuan statistika yang mempelajari tata cara penyusunan dan penyajian data yang dikumpulkan dalam suatu penelitian, misalnya dalam bentuk tabel frekuensi atau grafik, dan selanjutnya dilakukan pengukuran nilai-nilai statistiknya seperti arithmetic mean dan standar deviasi.<sup>70</sup>

**Tabel 3. 15 Interpretasi Variabel Keragaman Produk Berlabel Halal (X<sub>1</sub>)**

<b>Tabel Skor</b>	<b>Interpretasi</b>
12-23	Sangat Rendah
24-35	Rendah
36-47	Sedang
48-59	Tinggi
60	Sangat Tinggi

**Tabel 3. 16 Interpretasi Variabel Promosi (X<sub>2</sub>)**

<b>Tabel Skor</b>	<b>Interpretasi</b>
10-17	Sangat Rendah
18-25	Rendah
26-33	Sedang
34-41	Tinggi
42-50	Sangat Tinggi

---

<sup>70</sup> Suliyanto, *metode penelitian bisnis untuk skripsi, tesis & disertasi*, (Yogyakarta: Andi,2018), hlm. 287.

**Tabel 3. 17 Interpretasi Variabel Harga (X<sub>3</sub>)**

<b>Tabel Skor</b>	<b>Interpretasi</b>
12-23	Sangat Rendah
24-35	Rendah
36-47	Sedang
48-59	Tinggi
60	Sangat Tinggi

**Tabel 3. 18 Interpretasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

<b>Tabel Skor</b>	<b>Interpretasi</b>
12-23	Sangat Rendah
24-35	Rendah
36-47	Sedang
48-59	Tinggi
60	Sangat Tinggi

## **2. Pengujian Hipotesis**

### **a. Penentuan Hipotesis**

1)  $H_{01}$  : Keragaman produk berlabel halal (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

$H_{a1}$  : Keragaman produk berlabel halal (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

2)  $H_{02}$  : Promosi (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

$H_{a2}$  : Promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

3)  $H_{03}$  : Harga (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

$H_{a3}$  : Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

4)  $H_{04}$  : Keragaman produk berlabel halal (X1) promosi (X2) dan harga (X3) tidak berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

$H_{a4}$  : Keragaman produk berlabel halal (X1) promosi (X2) dan harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

b. Uji Hipotesis 1-3

Dalam uji hipotesis 1-3, peneliti menggunakan alat analisis sebagai berikut:

1) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana bertujuan untuk menentukan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam menguji validitas instrumen penelitian digunakan korelasi product moment yang diolah melalui SPSS.

**Tabel 3. 19 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Korelasi</b>	<b>Tingkat Pengaruh</b>
0,00 – 0,20	Tidak ada korelasi
0,21 – 0,40	Korelasi lemah
0,41 – 0,60	Korelasi sedang
0,61 – 0,80	Korelasi kuat
0,81 – 1,00	Korelasi sempurna

## 2) Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan tidak hanya mengukur derajat Keraton hubungan tapi juga menduga besarnya arah hubungan itu serta menduga besarnya variabel dependen jika nilai variabel independen diketahui.<sup>71</sup>

## 3) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) mengandung arti bahwa besarnya persentase varian variabel yang satu ditentukan oleh varian variabel lain.<sup>72</sup> Koefisien determinasi juga digunakan untuk mengukur kontribusi X dalam memprediksi Y. Untuk itu, menghitung seberapa jauh

---

<sup>71</sup> Subana, Moersetyo Rahadi, dan Sudrajat, *Statistik pendidik*, (Bandung: CV Pustaka setia, 2000), hlm. 138.

<sup>72</sup> *Ibid*, hlm. 137.

error prediksi Y dapat diperkecil bila menggunakan informasi yang tersedia pada X.<sup>73</sup>

#### 4) Uji Parsial (Uji T)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1$ ) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).<sup>74</sup>

#### c. Uji Hipotesis 4

Dalam uji hipotesis 1-3, peneliti menggunakan alat analisis sebagai berikut:

##### 1) Korelasi Berganda

Korelasi berganda merupakan perhitungan statistik dengan adanya korelasi dari 2 variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan 1 variabel terikat (Y), fungsi dari korelasi ganda adalah untuk mencari besarnya hubungan dan kontribusi dua variabel bebas (X) atau lebih secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y).<sup>75</sup>

##### 2) Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan perluasan dari regresi sederhana sebelumnya di mana terdapat satu respon

---

<sup>73</sup> McClave, Benson, dan Sinccih, *Statistik untuk bisnis dan ekonomi*, (Jakarta: Erlangga,2010), hlm. 201.

<sup>74</sup> *Ibid*, hlm. 161.

<sup>75</sup> Jokhanan Kristiyono dan suprihatin, *statistika ilmu komunikasi disertai petunjuk penggunaan SPSS Ver. 31*,(Yogyakarta: Expert,2019), hlm.87.

variabel (dependen) dengan lebih dari satu predictor variable. Dengan kata lain analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen.<sup>76</sup>

### 3) Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui nilai R square variabel dependen dan variabel independen secara simultan.

### 4) Uji Simultan (Uji F)

Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat signifikansi (sig) di mana jika nilai sig di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>77</sup>

## H. Tempat dan Jadwal Penelitian

### 1. Waktu

Waktu penelitian adalah waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian seperti pengumpulan data sampai dengan berakhirnya penelitian yakni dirasa cukup.

---

<sup>76</sup> Hengky Latan, *Aplikasi Analisis data statistik untuk ilmu sosial sains dengan stata*, (Bandung: Alfabeta,2014), hlm. 200.

<sup>77</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi penelitian Bisnis dan Ekonomi....*, hlm. 228.



**Tabel 3. 20 Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Periode									
		Sept 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Juni 2023
1.	Pengajuan Judul										
2.	Mendapatkan SK Bimbingan Skripsi										
3.	Pembuatan Proposal penelitian										
4.	Seminar Proposal										
5.	Melakukan Penelitian										
6.	Sidang Skripsi										

## **2. Tempat Penelitian**

Tempat yang dijadikan tempat penelitian ini adalah Toko Al-Muslim Mart yang terletak di Jl. Perintis Kemerdekaan No. 164 Kelurahan Karsamenak Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya.