

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁶ Adapun rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan rumusan masalah asosiatif. Rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶⁷

Penulis akan mengelola data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari kelima variabel yakni variabel kesadaran halal (X1), Label Halal (X2), Harga (X3), Desain Kemasan (X4), dan Keputusan Pembelian (Y).

B. Operasional Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁸

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.8

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 92

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hlm. 38

Menurut hubungan antar suatu variabel dengan variabel yang lain maka macam macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:⁶⁹

1. Variabel Independen

Variabel independen 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). Variabel ini dinyatakan dalam tanda X. Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kesadaran halal (X1)

Kesadaran halal merupakan tingkat pemahaman umat Muslim dalam mengetahui isu-isu terkait konsep halal. Pengetahuan tersebut termasuk didalamnya memahami apa itu halal dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai standar halal dalam Islam, sehingga kesadaran halal merupakan kemampuan yang digunakan untuk merasakan secara sadar akan peristiwa serta objek yang ada.

Pada variabel kesadaran halal ini pengukuran dan operasional variabel dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Kesadaran Halal (X1)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kesadaran halal (X1)	Pengetahuan Halal	1. Mengetahui Produk benar-benar halal	Likert

⁶⁹ *Ibid.*, hlm. 39

	Sadar Akan Halal	2. Pemahaman tentang cara atau proses Pembuatan produk yang halal 3. Kesadaran akan pentingnya mengkonsumsi produk halal	Likert
	Prioritas Membeli Produk Halal	4. Proses mempertimbangkan Dalam mendapatkan barang	Likert
	Kebersihan dan Keamanan Produk	5. Terjamin kebersihan dan keamanan dengan adanya label halal	Likert

b. Label Halal (X2)

Label halal merupakan keterangan yang berbentuk gambar maupun tulisan yang ditempelkan dalam sebuah produk yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa produk tersebut halal untuk digunakan maupun dikonsumsi.

Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Label Halal (X2)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Label Halal (X2)	Gambar	1. Memperhatikan gambar label halal sebelum membeli	Likert

		makanan kemasan	
	Tulisan	2. Tulisan “Halal” pada label halal terbaca dengan jelas 3. Adanya tulisan label halal dapat meyakini konsumen	Likert
	Kombinasi gambar dan tulisan	4. Mengetahui gambar dan tulisan label halal secara resmi dari MUI 5. Label halal menjadi pertimbangan untuk memilih suatu produk sebelum membeli	Likert
	Menempel pada kemasan	6. Mengetahui letak label halal pada sebuah produk	Likert

c. Harga (X3)

Harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 3 Operesional Variabel Harga (X3)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Harga (X3)	Keterjangkauan Harga	1. Harga dapat dijangkau oleh kemampuan konsumen	Likert
	Kesesuain Harga dengan Kualitas	2. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan fitur produk	Likert
	Daya Saing Harga	3. Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah dari para pesaing	Likert

d. Desain Kemasan (X4)

Desain kemasan adalah rancangan suatu kemasan untuk suatu produk sebagai upaya peningkatan dan syarat produksi untuk mendukung pemasaran.

Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 4 Operesional Variabel Desain Kemasan (X4)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Desain Kemasan (X4)	Bahan	1. Informatif dalam mengkomunikasi	Likert

		kan informasi bahan dalam produk	
	Logo dan Label	2. Dapat dibaca dengan jelas	Likert
	Warna	3. Menciptakan warna yang mencolok dan menarik perhatian konsumen	Likert
	Ukuran	4. Ukuran makanan kemasan yang praktis	Likert
	Daya Tarik Desain	5. Memiliki daya tarik desain yang unik dan menarik	Likert

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁷⁰

Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hlm. 39

Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 5 Operesional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Konsumen menyadari kegunaan dari suatu produk	Likert
	Pencarian Informasi	3. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan produk 4. Mencari informasi untuk harga dan rasa	Likert
	Evaluasi Alternatif	5. Mengevaluasi kualitas produk 6. Evaluasi harga dan ragam produk	Likert
	Keputusan Pembelian	7. Konsumen membeli produk karena menyukai merek tersebut 8. Konsumen	Likert

		membeli karena kualitas	
	Pasca Pembelian	9. Tingkat kepuasan konsumen 10. Melakukan pengulangan pembelian	Likert

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan unit yang akan diteliti ciri-ciri (karakteristik) nya, dan apabila populasinya terlalu luas, maka peneliti harus mengambil sampel (bagian dari populasi) itu untuk diteliti. Dengan demikian berarti populasi adalah keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti, dan pada populasi itulah hasil penelitian diberlakukan.⁷¹ Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi yang aktif pada tahun 2023 sebanyak 13.952.

Tabel 3. 6 Jumlah Mahasiswa Muslim

Angkatan	Jumlah Mahasiswa Muslim
2020	2.859
2021	2.913
2022	3.912
2023	4.268
Total	13.952

Sumber: UPT TIK Unsil

⁷¹ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1 ed. (Sleman: Aswaja Pressindo, 2015), hlm. 226

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan demikian, sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi.⁷²

Sampel sangat dibutuhkan, karena dalam kasus ini sangat tidak mungkin bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan populasi sebagai sumber data. Jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini dengan menggunakan rumus Lameshow (Dalam Ridwan dan Akdon, 2010)⁷³ adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Za^2 \cdot xPxQ}{L^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

Za = Nilai Standar dari Distribusi sesuai nilai a= 5% = 1.96 %

P = Prevalensi *outcome*, maka dipakai 50%

Q = 1-P

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$

⁷² Suryani dan Hendryadi, Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam (Jakarta: Prenamedia Grup, 2015), hlm. 192

⁷³ Ahmad Fauzy, Metode Sampling (Banten: Universitas Terbuka).

Berdasarkan perhitungan diatas, didapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 96 responden, tetapi untuk mengurangi kuesioner yang tidak layak entri maka penulis menambahkan 54 responden menjadi 150 total responden sebagai sampel yang mewakili populasi. Alasan penulis mengambil sampel dengan jumlah 150 yaitu karena dapat memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi pada hasilnya. Karena ukuran sampel dengan jumlah 150 responden cenderung lebih mewakili populasi secara keseluruhan.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik penentuan sampel *purposive sampling* penarikan sampel dari populasi secara purposif adalah cara penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti.⁷⁴ Dimana sampel (responden) dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria tertentu yaitu mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi baik laki-laki maupun perempuan yang pernah melakukan pembelian atau mengkonsumsi makanan kemasan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua macam data yaitu sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan situasi sosial antara dua orang, dimana proses psikologis yang terlibat membutuhkan kedua individu secara timbal balik dalam memberikan beragam tanggapan sesuai tujuan penelitian.⁷⁵

Wawancara pada penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui data terkait

⁷⁴ Sidik Priadana and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang Selatan: Pascal Book, 2021).

⁷⁵ Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, hlm, 408.

jumlah mahasiswa Muslim di Universitas Siliwangi, data tersebut diperoleh dari Staff TIK Universitas Siliwangi.

2. Kuisisioner

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui kuisisioner (angket). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷⁶ Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuisisioner dengan menyebarkan pertanyaan pertanyaan secara online menggunakan media “*Google Form*”. Kemudian link tersebut dibagikan melalui *whatsapp* secara pribadi kepada mahasiswa Muslim di Universitas Siliwangi yang pernah melakukan pembelian pada makanan kemasan.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁷⁷ Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*, skala *likert* adalah skala yang didasarkan pada sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

⁷⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D... hlm142.

⁷⁷ Zulfanef, *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen* (bandung: PT Rafika Aditama, 2018), hlm.146

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial.⁷⁸

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu berupa angket atau kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Muslim di Universitas Siliwangi.

Kuesioner disusun dalam bentuk angket dan disediakan lima opsi pilihan dengan teknik skala penilaian keseluruhan angket disusun dengan teknik *self report* yaitu dengan meminta responden untuk memberikan penilaian sesuai dengan tanggapan mereka.

Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen.

Tabel 3. 7 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item
Kesadaran Halal (X1)	Pengetahuan Halal	1. Saya selalu mengetahui Produk yang dikonsumsi benar-benar halal	1
	Sadar Akan Halal	2. Saya selalu mencari tahu terlebih dahulu komposisi dari suatu produk makanan kemasan 3. Saya paham apa itu halal	2,3
	Prioritas Membeli Produk Halal	4. Saya merasa kehalalan produk menjadi pertimbangan saya dalam mengkonsumsi makanan kemasan 5. Saya merasa Mengkonsumsi	4, 5

⁷⁸ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Skripsi Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 142

		produk makanan halal merupakan hal penting bagi saya	
	Kebersihan dan Keamanan Produk	6. Saya merasa Makanan kemasan terjamin dalam kebersihannya 7. Saya selalu melihat terlebih dahulu apakah komposisi dalam makanan kemasan terdapat zat-zat yang berbahaya	6, 7
Label Halal (X2)	Gambar	8. Saya selalu memperhatikan adanya gambar label halal sebelum membeli dan mengonsumsi makanan kemasan	8
	Tulisan	9. Saya membeli makanan kemasan karena tulisan halal dapat terbaca dengan jelas 10. Saya merasa adanya tulisan halal dapat meyakini lisensi kehalalan dalam pembelian produk makanan kemasan	9, 10
	Kombinasi Gambar dan Tulisan	11. Saya selalu mengonsumsi produk makanan kemasan yang sudah terjamin kehalalannya dengan adanya kombinasi gambar dan tulisan yang diberikan oleh MUI	11
	Menempel pada Kemasan	12. Saya selalu melihat terlebih dahulu label halal yang melekat pada produk makanan kemasan sebelum	12

		mengonsumsi atau membelinya	
Harga (X3)	Keterjangkauan harga	13. Saya merasa harga yang terjangkau itu penting dalam keputusan pembelian makanan kemasan 14. Saya merasa harga makanan kemasan dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen	13, 14
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	15. Saya merasa makanan kemasan yang saya beli memiliki kualitas sesuai dengan harga yang ditawarkan	15
	Daya Saing Harga	16. Saya selalu mempertimbangkan merek saat membandingkan harga dengan pesaing	16
Desain Kemasan (X4)	Bahan	17. Saya merasa bahan yang digunakan pada produk makanan kemasan bertahan lama atau tidak mudah rusak	17
	Logo dan Label	18. Saya merasa logo merek atau label perusahaan pada makanan kemasan dapat terlihat dengan jelas	18
	Warna	19. Saya merasa makanan kemasan menciptakan warna yang menarik perhatian konsumen	19
	Ukuran	20. Saya merasa ukuran makanan kemasan praktis dan memenuhi selera konsumen	20
	Daya Tarik Desain	21. Saya merasa makanan kemasan memiliki desain	21

		yang Up to date/ kekinian yang menarik perhatian konsumen	
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan	22.Saya membeli makanan kemasan karena adanya kebutuhan 23.Saya lebih mengutamakan kegunaan atau manfaat produk sesuai kebutuhan saat membeli makanan kemasan	22, 23
	Pencarian Informasi	24.Saya mencari informasi produk makanan kemasan melalui web, media sosial, iklan, endorsement, maupun orang-orang yang saya kenal	24
	Evaluasi Alternatif	25.Sebelum membeli makanan kemasan saya mengevaluasi kualitas produk terlebih dahulu 26.Sebelum membeli makanan kemasan saya mengevaluasi harga produk makanan kemasan terlebih dahulu	25,26
	Keputusan Pembelian	27.Saya selalu memutuskan membeli produk makanan kemasan karena memiliki kepercayaan pada makanan yang dipilih untuk dikonsumsi	27
	Pasca Pembelian	28.Saya merasa puas dengan produk makanan kemasan yang dibeli 29.Saya selalu melakukan	28, 29

		pembelian ulang pada produk yang disukai	
--	--	--	--

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai bentuk pernyataan berkonotasi SS, S, KS, TS, STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1. Adapun lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 8 Skor Jawaban Responden

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai Positif (+)	Bobot Nilai Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, maka dilakukan pengujian sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah pengujian yang dilakukan untuk menentukan valid atau tidaknya kuisisioner yang disebarkan. Valid berarti instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur yang akan diukur.⁷⁹ Cara menentukannya adalah membandingkan nilai ulah total skor item (nilai r_{hitung} dibandingkan dengan nilai r_{tabel}). Kaidah pengujiannya adalah :

⁷⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2021). hlm. 348.

- a. Jika $r_{hitung} \geq$ dari r_{tabel} , maka item tersebut valid
- b. Jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka item tersebut tidak valid.

Penelitian ini memiliki nilai r_{tabel} dihitung dengan $(df) = 30 - 2 = 28$.

Tingkat signifikansi $(\alpha) = 0,05$. Sehingga nilai r_{tabel} sebesar 0,3061

sedangkan r_{hitung} dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 3. 9 Uji Validitas Kesadaran Halal (X1)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X1.1	0,685	0,3061	Valid
2	X1.2	0,557	0,3061	Valid
3	X1.3	0,652	0,3061	Valid
4	X1.4	0,616	0,3061	Valid
5	X1.5	0,668	0,3061	Valid
6	X1.6	0,556	0,3061	Valid
7	X1.7	0,621	0,3061	Valid

Tabel 3. 10 Uji Validitas Label Halal (X2)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X2.8	0,699	0,3061	Valid
2	X2.9	0,853	0,3061	Valid
3	X2.10	0,906	0,3061	Valid
4	X2.11	0,934	0,3061	Valid
5	X2.12	0,726	0,3061	Valid

Tabel 3. 11 Uji Validitas Harga (X3)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X3.13	0,676	0,3061	Valid
2	X3.14	0,818	0,3061	Valid
3	X3.15	0,899	0,3061	Valid
4	X3.16	0,826	0,3061	Valid

Tabel 3. 12 Uji Validitas Desain Kemasan (X4)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X4.17	0,928	0,3061	Valid
2	X4.18	0,848	0,3061	Valid
3	X4.19	0,828	0,3061	Valid
4	X4.20	0,869	0,3061	Valid
5	X4.21	0,865	0,3061	Valid

Tabel 3. 13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	Y.22	0,534	0,3061	valid
2	Y.23	0,628	0,3061	Valid
3	Y.24	0,648	0,3061	Valid
4	Y.25	0,597	0,3061	Valid
5	Y.26	0,746	0,3061	Valid
6	Y.27	0,750	0,3061	Valid
7	Y.28	0,737	0,3061	Valid
8	Y.29	0,663	0,3061	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Berdasarkan tabel-tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua nilai rhitung untuk setiap item kuisisioner pada variabel kesadaran halal (X1), Label halal (X2), harga (X3), desain kemasan (X4), dan kaputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,349. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item kuisisioner pada variabel kesadaran halal (X1), Label halal (X2), harga (X3), desain kemasan (X4), dan kaputusan pembelian (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah dapat dipercaya, artinya merujuk pada pengertian bahwa suatu instrumen penelitian dapat dipercaya untuk digunakan

sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah dianggap baik. Reliabilitas menyangkut akurasi konsistensi dan stabilitas alat ukur. Selanjutnya metode *one shot* dianalisis dan hasilnya diukur dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, jika nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6 atau lebih maka instrumen penelitian dikatakan reliabel atau dengan cara membandingkan nilai (r_{hitung}) dan (r_{tabel}), jika nilai ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$), maka item pada kuisioner dinyatakan reliabel artinya data yang diperoleh dapat dipercaya, akurasi dan konsistensi.⁸⁰

Tabel 3. 14 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Ketetapan	Keterangan
1.	Kesadaran Halal (X1)	0,714	0,6	Reliabel
2.	Label Halal (X2)	0,876	0,6	Reliabel
3.	Harga (X3)	0,801	0,6	Reliabel
4.	Desain Kemasan (X4)	0,918	0,6	Reliabel
5.	Keputusan Pembelian (Y)	0,794	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas yang diperoleh pada setiap variabel menghasilkan nilai *cronbach's alpha* > 0,060. Dengan demikian, semua item kuisioner pada variabel kesadaran halal (X1), Label halal (X2), harga (X3), desain kemasan (X4), dan kaputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

⁸⁰ Muh Dahlan Thalib, *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional Dan Spiritual* (IAIN Parepare Nusantara Press, 2019), hlm. 80.

F. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji ini memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu (variabel independen dan variabel dependen) memiliki distribusi normal atau tidak. Kaedah pengujiannya uji normalitas melalui *Kolmogorov-Smirnov Test*, jika nilai *Test Statistic* dan *Asymp.sig.* lebih besar dari taraf signifikansi (α) 0,05, maka dikatakan model regresi berdistribusi normal sebaliknya jika nilai *Test Statistic* dan *Asymp.sig.* lebih kecil dari taraf signifikansi (α) 0,05, maka dikatakan model regresi berdistribusi normal.⁸¹

b. Uji Linearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Prasyarat asumsi klasik hasil uji linieritas variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada uji F (uji kelayakan model) artinya model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. atau merujuk pada nilai signifikansi (sig.). Kaedahnya: jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau jika nilai Sig. < taraf signifikansi (α) 0,05, maka (H_0 ditolak, H_a diterima) adalah signifikan artinya model regresi memenuhi kriteria linieritas, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau jika nilai Sig. > taraf signifikansi (α) 0,05, (H_0 diterima, H_a ditolak) adalah

⁸¹ *Ibid.*, hlm. 38.

tidak signifikan artinya model regresi tidak memenuhi kriteria linieritas.⁸²

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas adalah dengan memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Pedoman suatu model regresi bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance* >0,10 dan VIF yaitu < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.⁸³

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji dalam model regresi apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kaedah jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas sebaliknya jika berbeda (tidak tetap) disebut heteroskedastisitas. Atau jika nilai t_{hitung} < t_{tabel} dan nilai signifikansi (sig.) lebih besar 0,05, maka disimpulkan bahwa variabel bebas dari data penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸⁴

⁸² *Ibid.*, hlm. 38-39.

⁸³ Imam Ghozali, *Partial Least Squares Konsep* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017), hlm. 108.

⁸⁴ Muh Dahlan, *Membangun Motivasi ...*, hlm, 40.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik 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 ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsisemata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan.⁸⁵

Teknik analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan antara lain yaitu :

- Penyajian data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi dan tabulasi silang (*crosstab*). Dengan analisis ini akan diketahui kecenderungan hasil temuan penelitian, apakah masuk dalam kategori rendah, sedang, atau tinggi.
- Penyajian data dalam bentuk visual seperti histogram, polygon, *ogive*, diagram batang, diagram lingkaran, diagram pastel (*pie chart*), dan diagram lambang.
- Perhitungan ukuran tendensi sentral (mean, median, modus).
- Perhitungan ukuran letak (kuartil, desil, dan persentil)
- Perhitungan ukuran penyebaran (standar deviasi, varians, *range*, deviasi kuartil, mean deviasi, dan sebagainya).

⁸⁵ Enny Radjab and Andi Jam'an, Metodologi Penelitian Bisnis (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), hlm 127-128.

2. Pengujian Hipotesis

a. Penentuan Hipotesis

- 1) H_{a_1} : Kesadaran halal (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
- 2) H_{a_2} : Label halal (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
- 3) H_{a_3} : Harga (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
- 4) H_{a_4} : Desain kemasan (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
- 5) H_{a_5} : Kesadaran halal (X1), Label halal (X), Harga (X3), dan Desain kemasan (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

b. Uji Hipotesis 1-4

Dalam uji hipotesis 1-4, peneliti menggunakan alat analisis sebagai berikut :

1) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana bertujuan untuk menentukan hubungan antar dua variabel atau lebih. Dalam menguji validitas instrumen penelitian digunakan korelasi Product Momen yang diolah melalui SPSS 26.

2) Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.⁸⁶

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah angka atau indeks yang digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel atau lebih (variabel bebas, X) terhadap variasi (naik/ turunnya) variabel yang lain (variabel terikat, Y).⁸⁷ Pengujian ini dengan melihat nilai *R Square*. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sama dengan 1. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan X menerangkan variabel Y.⁸⁸

Untuk melihat besar pengaruh kesadaran halal, label halal, harga, dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian dapat dicari dengan menggunakan koefisien determinasi yang diolah menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26.

4) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.⁸⁹ Taraf signifikan uji t adalah 5%. Jika nilai signifikan profitabilitas (sig) < 0,05 maka H_0 diterima

⁸⁶ Thalib, *Membangun Motivasi Belajar Dengan...*, hlm. 44.

⁸⁷ Misbahuddin and Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi Ke-2* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm 49.

⁸⁸ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Bogor: GUEPEDIA, 2021), hlm. 53.

⁸⁹ *Ibid.*, hlm. 41.

dan H_a diterima (signifikan), adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun jika nilai signifikan profitsabilitas (sig) > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak (tidak signifikan) sehingga tidak terdapat variabel terikat. Dalam hal ini hubungan antara variabel (X1), (X2), (X3), (X4) terhadap variabel (Y) yang diuji dengan bantuan aplikasi SPSS 26.

c. Uji Hipotesis 5

Untuk menguji hipotesis 5, peneliti menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

1) Koefisien Korelasi Berganda

Koefisien Korelasi Berganda adalah angka yang menunjukkan derajat dan kekuatan hubungan antara tiga variabel atau lebih secara bersama sama.⁹⁰

2) Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.⁹¹

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah angka atau indeks yang digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel atau lebih (variabel bebas) terhadap variasi (naik/turunnya)

⁹⁰ Syofian Siregar, Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17 (Jakarta: Bumi Aksara, 2015). hlm 351.

⁹¹ Rochmat Aldy and Purnomo, Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS (Ponorogo: Wade Group, 2016). hlm 160.

variabel yang lain (variabel terikat).⁹² Pengujian ini dengan melihat nilai R Square. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan X menerangkan variabel Y.

4) Uji Simultan (F)

Uji F (Uji serentak atau bersama) digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (independen) secara bersama sama berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat (dependen) dengan derajat signifikansi (kepercayaan) yang digunakan 5% (0,05).⁹³

H. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian di Universitas Siliwangi Jl. Siliwangi No.24, Kahuripan, Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat.

⁹² Misbahuddin dan iqbal, *Analisis Data Penelitian...*, hlm. 49

⁹³ Thalib, *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan ...*, hlm. 68.

2. Waktu penelitian

Alokasi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 15 Waktu Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Bulan							
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1.	Penyusunan Usulan Penelitian								
2.	Studi Pendahuluan								
3.	Penyusunan Usulan Penelitian								
4.	Seminar Usulan Penelitian								
5.	Penelitian								
6.	Analisis Data								
7.	Olah Data								
8.	seminar hasil								
9.	Sidang Skripsi								