

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶³

Penelitian ini dilakukan berdasarkan dengan fakta yang terjadi di lapangan, dengan tujuan untuk mendapatkan bukti hubungan kausal (sebab akibat) antara kesadaran halal (X_1), bahan makanan (X_2), *word of mouth* (X_3), harga (X_4), dan lokasi (X_5) terhadap keputusan pembelian (Y).

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada variabel dengan tujuan memberikan arti atau menspesifikasikannya.⁶⁴ Definisi operasional variabel adalah konsep yang

⁶³ Sugiono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D' (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 8.

⁶⁴ Kadek Rista Ananda Putra, Nengah Landra, dan Ni Made Dwi Puspitawati, 'Pengaruh Motivasi Kerja dan Pengalaman Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada LPD Se-Kecamatan Tabanan', *Jurnal Emas*, 3. 9 (2022), hlm. 129.

disertai dengan indikator yang akan diteliti, alat ukur indikator atau instrumen penelitian, dan analisis data yang digunakan.⁶⁵ Variabel penelitian adalah segala sesuatu dengan berbagai bentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁶

Hubungan antara variabel, terdapat dua jenis variabel utama, yaitu:⁶⁷

1. Variabel bebas (*Independent Variable*) merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat 5 variabel bebas yaitu kesadaran halal, bahan makanan, *word of mouth*, harga, dan lokasi.
2. Variabel terikat (*Dependent Variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas). Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Adapun operasional variabel dalam penelitian ini akan dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan konsumen adalah tindakan konsumen dalam membuat suatu keputusan terhadap sebuah produk untuk mengatasi masalah yang dihadapi	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian	1-5 poin skala likert digunakan mulai dari poin 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju)

⁶⁵ Sitti Mania dan Sulaiman Saat, 'Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Penelitian Pemula' (Gowa: Pusaka Almaida, 2020), hlm. 27.

⁶⁶ *Ibid.*, hlm 38.

⁶⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D...*, hlm. 39.

	dalam memenuhi kebutuhannya. ⁶⁸	5. Perilaku pasca pembelian ⁶⁹	
Kesadaran Halal (X ₁)	Kesadaran halal mengacu pada paham atau tidaknya seseorang Muslim tentang pengetahuan kehalalan makanan yang dikonsumsi dari proses awal sampai proses akhir yang siap untuk dikonsumsi. ⁷⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan logo halal sebelum mengkonsumsi produk 2. Berusaha menghindari produk yang syubhatt (tidak jelas/meragukan kehalalannya) 3. Selalu mengkonsumsi produk yang halal.⁷¹ 	1-5 poin skala likert digunakan mulai dari poin 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju)
Bahan Makanan (X ₂)	Bahan makanan adalah bahan-bahan yang terkandung dalam produk makanan. Bahan merupakan sebuah subjek utama yang sangat dikhawatirkan berkaitan pada kehalalan. ⁷²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan-bahan yang digunakan dalam suatu produk mencerminkan kehalalan suatu produk. 2. Membeli makanan yang sudah jelas halal komposisi makanannya. 3. Informasi kandungan makanan dalam pelabelan merupakan hal yang sangat penting.⁷³ 	1-5 poin skala likert digunakan mulai dari poin 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju)
<i>Word of Mouth</i> (X ₃)	Komunikasi <i>word of mouth</i> merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Talkers</i> (Pembicara) 2. <i>Topics</i> (Topik) 3. <i>Tools</i> (Alat) 4. <i>Talking part</i> (partisipasi) 5. <i>Tracking</i> (Pengawasan)⁷⁵ 	1-5 poin skala likert digunakan mulai dari poin 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju)

⁶⁸ Albushairi, Huda, dan Rifani, *Perilaku Konsumen...*, hlm. 127.

⁶⁹ Rahayu dan Afrilliana, *Buku Ajar Perilaku Konsumen...*, hlm. 15-16.

⁷⁰ Agistya dan Khajar, *Analisis Pengaruh Kesadaran...*, hlm. 350.

⁷¹ Izzudin, *Pengaruh Label Halal...*, hlm. 107.

⁷² Unung Triana, 'Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9. 2, (2021), hlm. 5.

⁷³ Siti Titta Partini, *Pengaruh Food Ingredients...*, hlm. 297.

⁷⁵ Yuliana dan Hutasuhut, *Penerapan Word of Mouth...*, hlm. 1670.

	memberikan informasi secara personal. ⁷⁴		
Harga (X ₄)	harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. ⁷⁶	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Harga lebih murah dari pesaing 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk⁷⁷ 	1-5 poin skala likert digunakan mulai dari poin 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju)
Lokasi (X ₅)	lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. ⁷⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alur lalu lintas yang melewati lokasi 2. Aksesibilitas menuju lokasi 3. Karakteristik dari lokasi⁷⁹ 	1-5 poin skala likert digunakan mulai dari poin 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah menggambarkan sejumlah data yang jumlahnya sangat banyak dan luas dalam sebuah penelitian, dimana populasi juga merupakan kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian dalam sebuah penelitian.⁸⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Muslim yang melakukan pembelian di Mambo Kuliner Nite Tasikmalaya.

⁷⁴ Gede Wisnu Saputra dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, 'Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian', E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 9. 7, (2020), hlm. 2600.

⁷⁶ Ernawati Harita, 'Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di UD.Rendah Hati Kecamatan Telukdalam', Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan, 5. 2, (2022), hlm. 128.

⁷⁷ Saputra, Muhazirin, dan Panjaitan, *Pengaruh Citra Merek...*, hlm. 51.

⁷⁸ Shobur, Kanto, dan Iskandar, *Pengaruh Harga ...*, hlm. 3.

⁷⁹ Saputra dan Hamdun, *Pengaruh Keragaman Produk...*, hlm. 1882.

⁸⁰ Sena Wahyu Purwanza, Dkk, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi' (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 9.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengumpulan *sampling*.⁸¹ Sampel sangat penting, karena tanpa adanya sampel sangat tidak mungkin bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan populasi sebagai sumber data.

Dalam penelitian ini karena populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁸²

Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang keputusan pembelian konsumen Muslim di Mambo Kuliner Nite, maka sampel sumber datanya adalah orang Muslim yang pernah membeli di Mambo Kuliner Nite.⁸³ Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *unknown populations* (jumlah populasi tidak diketahui) Lemeshow dalam M. Haiqal Setiawan, dkk.⁸⁴

⁸¹ *Ibid.*

⁸² Sugiyono, 'Statistika Untuk Penelitian' (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 66.

⁸³ *Ibid.*, hlm. 68.

⁸⁴ Muhammad Haiqal Setiawan, Rachman Komarudin, dan Desiana Nur Kholifah, "Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace," *Jurnal Infortech*, 4.2 (2022), hlm. 141.

$$n = \frac{z^2 (p (1 - p))}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = nilai standar = 1,96

p = maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = standar error atau kesalahan yang dapat ditoleransi (10% = 0,10)

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z^2 (p (1-p))}{d^2}$$

$$n = \frac{3,8416 (0,5 (1-0,5))}{0,01}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel yang dibutuhkan penelitian ini adalah 96 responden, dan akan dibulatkan menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus Lemeshow adalah karena populasi sasaran terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui tanya jawab secara langsung atau tatap muka antara pengumpul data peneliti dengan

subjek atau narasumber sebagai sumber data.⁸⁵ Peneliti melakukan wawancara kepada konsumen Muslim dan pedagang di Mambo Kuliner Nite Tasikmalaya sebagai survei awal penelitian.

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah melalui kuesioner (angket). Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ingin diketahui dari subjek penelitian.⁸⁶ Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada para konsumen Muslim di Mambo Kuliner Nite untuk mengukur keputusan pembelian.

E. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto, instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.⁸⁷ Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena tertentu di masyarakat.⁸⁸

⁸⁵ Maryam Salampessy, Dkk, 'Metode Penelitian Manajemen' (Padang: Get Press Indonesia, 2023), hlm 43.

⁸⁶ Fenti Hikmawati, 'Metodologi Penelitian' (Depok: Rajawali Pers, 2020), hlm. 34.

⁸⁷ Siswoyo Haryono, 'Metodologi Penelitian Bisnis & Manajemen' (Jakarta: Intermedia Personalia Utama, 2012), hlm. 142.

⁸⁸ Karimuddin Abdullah, Dkk., 'Metodologi Penelitian Kuantitatif' (Tanpa Kota Penebit: Yayasan Penerbit Muhamma Zaini, 2022), hlm. 69.

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.⁸⁹ Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu berupa kuesioner atau angket yang disebarakan kepada konsumen Muslim di Mambo Kuliner Nite Tasikmalaya.

Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan kisi-kisi instrumen, dalam penelitian ini berikut instrumen penelitian:

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item	No. Item
Kesadaran Halal	Memperhatikan logo halal sebelum mengkonsumsi produk	Saya selalu memperhatikan logo halal pada semua kemasan/gerobak/spanduk produk makanan atau minuman yang akan saya beli di Mambo Kuliner Nite	1
		Saya memutuskan untuk membeli produk makanan atau minuman ketika sudah melihat logo halal pada kemasan/gerobak/spanduk produk di Mambo Kuliner Nite	2
	Berusaha menghindari produk yang syubhatt (tidak jelas/meragukan kehalalannya)	Saya memiliki pengetahuan kehalalan produk yang cukup untuk membuat keputusan yang tepat ketika hendak mengkonsumsi produk makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite	3
		Saya memutuskan untuk menghindari produk di Mambo Kuliner Nite yang tidak jelas kehalalannya	4
	Selalu mengkonsumsi produk yang halal	Saya selalu mengkonsumsi produk makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite yang halal	5

⁸⁹ Sugiono, *Metodologi Penelitian Katitatif Kualitatif Dan R&D*, 2017, hlm. 93.

Bahan Makanan	Bahan-bahan yang digunakan dalam suatu produk mencerminkan kehalalan suatu produk	Saya percaya bahan-bahan yang dipakai dalam suatu produk menceminkan keamanan produk	6
		Saya percaya bahan-bahan yang dipakai dalam suatu produk menceminkan kualitas produk halal	7
	Membeli makanan yang sudah jelas halal komposisi makanannya	Saya memutuskan membeli makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite yang menggunakan bahan-bahan tidak asing atau tidak mencurigakan atas kehalalannya	8
	Informasi kandungan makanan dalam pelabelan merupakan hal yang sangat penting	Informasi kandungan atau komposisi bahan yang ada dalam pelabelan makanan adalah sangat penting	9
		Saya selalu bertanya terkait komposisi makanan dalam produk di Mambo Kuliner Nite	10
<i>Word Mouth of Talkers (Pembicara)</i>	<i>Topics (Topik)</i>	Saya mengetahui Mambo Kuliner Nite karena pengaruh dari orang lain	11
		Saya mendapatkan informasi dari orang lain bahwa produk makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite memiliki rasa yang enak	12
	Saya mendapatkan informasi dari orang lain bahwa produk makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite memiliki beragam produk yang ditawarkan	13	
	<i>Tools (Alat)</i>	Saya mengetahui produk di Mambo Kuliner Nite melalui media sosial orang lain	14
	<i>Talking part (Partisipasi)</i>	Setelah saya mengetahui produk di Mambo Kuliner Nite dan setelah mencobanya saya membagikan pengalaman saya kepada orang lain	15
	<i>Tracking (Pengawasan)</i>	Pihak Mambo Kuliner Nite (pedagang dan panitia) menerima tanggapan serta memberikan respon yang baik terhadap kritik dan saran yang saya berikan	16

Harga	Keterjangkauan harga	Saya merasa harga yang terjangkau dalam keputusan pembelian makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite	17
		Saya merasa harga makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen	18
	Harga lebih murah dari pesaing	Saya merasa harga yang ditawarkan di Mambo Kuliner Nite lebih rendah dari pesaing	19
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Saya merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya	20
Lokasi	Alur lalu lintas yang melewati lokasi	Akses menuju lokasi Mambo Kuliner Nite lancar dan tidak rawan kemacetan	21
		Letak Mambo Kuliner Nite tidak terlalu jauh bagi anda	22
	Aksesibilitas menuju lokasi	Lokasi menuju Mambo Kuliner Nite sangat mudah dijangkau	23
		Tersedianya angkutan umum ke Mambo Kuliner Nite	24
	Karakteristik dari lokasi	Mambo Kuliner Nite berdekatan dengan pusat keramaian seperti taman kota	25
		Mambo Kuliner Nite memiliki tempat parkir yang luas dan aman	26
Keputusan Pembelian	Pengenalan Masalah	Saya membeli makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite karena adanya kebutuhan	27
		Saya lebih mengutamakan kegunaan atau manfaat produk sesuai kebutuhan saat membeli makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite	28
	Pencarian Informasi	Saya mencari informasi produk makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite melalui web, media sosial, iklan, endorsement, maupun orang-orang yang saya kenal	29
	Evaluasi Alternatif	Sebelum membeli makan atau minuman di Mambo Kuliner Nite saya mengevaluasi kualitas produk terlebih dahulu	30
		Sebelum membeli makanan atau minuman di Mambo Kuliner	31

		Nite saya mengevaluasi harga produk terlebih dahulu	
	Keputusan Pembelian	Saya selalu memutuskan membeli produk makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite karena memiliki kepercayaan pada makanan yang dipilih untuk dikonsumsi	32
	Perilaku Pasca Pembelian	Saya merasa puas dengan produk makanan atau minuman di Mambo Kuliner Nite yang dibeli	33
		Saya selalu melakukan pembelian ulang pada produk yang disukai	34

Jawaban dari setiap item pada instrumen dengan skala *likert* mempunyai gradasi positif sampai sangat negatif, hal tersebut dijabarkan dalam bentuk kata-kata sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skor Jawaban Responden

Kategori Jawaban	Skor Nilai Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

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

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara menentukannya yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Kaidah pengujiannya adalah:⁹⁰

⁹⁰ Slamet Widodo, Dkk, 'Buku Ajar Metode Penelitian' (Pangkalpinang: CV Science Techno Direct, 2023), hlm. 53.

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

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

Tingkat signifikans (α) = 0,05. Sehingga nilai r_{tabel} sebesar 0,3061

sedangkan r_{hitung} dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 3.4 Uji Validitas Kesadaran Halal (X1)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X1.1	0,595	0,3061	Valid
2	X1.2	0,775	0,3061	Valid
3	X1.3	0,418	0,3061	Valid
4	X1.4	0,633	0,3061	Valid
5	X1.5	0,653	0,3061	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 3.5 Uji Validitas Bahan Makanan (X2)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X2.6	0,463	0,3061	Valid
2	X2.7	0,543	0,3061	Valid
3	X2.8	0,446	0,3061	Valid
4	X2.9	0,672	0,3061	Valid
5	X2.10	0,645	0,3061	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 3.6 Uji Validitas Word of Mouth (X3)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X3.11	0,430	0,3061	Valid
2	X3.12	0,490	0,3061	Valid
3	X3.13	0,459	0,3061	Valid
4	X3.14	0,565	0,3061	Valid
5	X3.15	0,579	0,3061	Valid
6	X3.16	0,414	0,3061	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 3.7 Uji Validitas Harga (X4)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X4.17	0,450	0,3061	Valid
2	X4.18	0,467	0,3061	Valid
3	X4.19	0,620	0,3061	Valid
4	X4.20	0,500	0,3061	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 3.8 Uji Validitas Lokasi (X5)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X5.21	0,504	0,3061	Valid
2	X5.22	0,692	0,3061	Valid
3	X5.23	0,712	0,3061	Valid
4	X5.24	0,767	0,3061	Valid
5	X5.25	0,460	0,3061	Valid
6	X5.26	0,870	0,3061	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 3.9 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	Y.27	0,550	0,3061	Valid
2	Y.28	0,806	0,3061	Valid
3	Y.29	0,401	0,3061	Valid
4	Y.30	0,619	0,3061	Valid
5	Y.31	0,639	0,3061	Valid
6	Y.32	0,564	0,3061	Valid
7	Y.33	0,460	0,3061	Valid
8	Y.34	0,471	0,3061	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel-tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua nilai r_{hitung} untuk setiap item kuesioner pada variabel kesadaran halal (X1), bahan makanan (X2), *word of mouth* (X3), harga (X4), lokasi (X5), dan keputusan pembelian (Y) menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,3061. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item kuesioner pada variabel kesadaran halal (X1), bahan makanan (X2), *word of mouth* (X3), harga (X4), lokasi (X5), dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Uji 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. Adapun uji reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan cara *one shot* (sekali 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 kuesioner dinyatakan reliabel artinya data yang diperoleh dapat dipercaya, akurasi dan konsistensi.⁹¹

Tabel 3.10 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Ketetapan	Keterangan
1	Kesadaran Halal (X1)	0,812	0,6	Reliabel
2	Bahan Makanan (X2)	0,754	0,6	Reliabel
3	Word of Mouth (X3)	0,731	0,6	Reliabel
4	Harga (X4)	0,710	0,6	Reliabel
5	Lokasi (X5)	0,864	0,6	Reliabel
6	Keputusan Pembelian (Y)	0,827	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel, hasil uji reliabilitas yang diperoleh pada setiap variabel menghasilkan nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Dengan demikian, semua item kuesioner pada variabel kesadaran halal (X1), bahan makanan (X2), *word of mouth* (X3), harga (X4), lokasi (X5), dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

⁹¹ Muh. Dahlan Thalib, 'Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional & Spiritual' (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2019), hlm. 66-67.

F. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Kaedah pengujian 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 tidak berdistribusi normal.⁹²

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara satu variabel bebas dengan variabel terikat. Prasyarat asumsi klasik 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 nilai sig. < taraf signifikansi (α) 0.05, maka (H_0 ditolak, H_a diterima) adalah signifikan artinya model regresi memenuhi kriteria linieritas.⁹³

⁹² *Ibid.*, hlm. 38.

⁹³ *Ibid.*, hlm. 38-39.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan alat model regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi multikolinearitas adalah menggunakan metode *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai VIF disekitaran angka 1-10 dan nilai *tolerance* ≥ 0.10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.⁹⁴

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap maka disebut homokedastisitas, tetapi jika sebaliknya bersifat berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Atau jika nilai signifikansi (sig.) > dari 0.05, maka dalam model regresi tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.⁹⁵

⁹⁴ Echo K. Perdana, 'Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22' (Pangkalpinang: Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016), hlm. 47.

⁹⁵ Timotius Febry dan Teofilus, 'SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis' (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 59-60.

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 statistik deskriptif berfungsi menerangkan keadaan, gejala, atau persoalan.⁹⁶ Biasanya, metode analisis ini dipaparkan dalam bentuk:⁹⁷

- a. Diagram
- b. Tabel, frekuensi, tabulasi silang
- c. Rata-rata, nilai tengah, nilai paling banyak
- d. Kuartil, desil, persentil
- e. Standar deviasi, mean deviasi, deviasi kuartil, varian, range, dan lainnya.

2. Pengujian Hipotesis

- a. Penentuan Hipotesis
 - 1) H_{a1} : Kesadaran halal (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Muslim di Mambo Kuliner Nite.

⁹⁶ Rochmat Aldy Purnomo, 'Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS' (Ponorogo: Wade Group, 2016), hlm. 37.

⁹⁷ Syafrida Hafni Sahir, 'Metodologi Penelitian' (Medan: Penerbit KBM Indonesia, 2021), hlm. 38.

- 2) Ha₂ : Bahan Makanan (X₂) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Muslim di Mambo Kuliner Nite.
- 3) Ha₃ : *Word of mouth* (X₃) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Muslim di Mambo Kuliner Nite.
- 4) Ha₄ : Harga (X₄) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Muslim di Mambo Kuliner Nite.
- 5) Ha₅ : Lokasi (X₅) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Muslim di Mambo Kuliner Nite.
- 6) Ha₆ : Kesadaran halal (X₁), bahan makanan (X₂), *word of mouth* (X₃), harga (X₄), dan lokasi (X₅) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Muslim di Mambo Kuliner Nite.

b. Uji Hipotesis 1-5

Uji hipotesis 1-5 menggunakan alat analisis sebagai berikut:

1) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana bertujuan untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih, dalam menguji validitas instrumen peneliti digunakan korelasi *Product Momen* yang diolah melalui SPSS26.

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjalankan variasi variabel dependen.⁹⁸ Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun jika nilai R^2 semakin kecil, artinya variabel independen cukup terbatas menjelaskan variabel dependen.⁹⁹

Untuk melihat besarnya pengaruh kesadaran halal, bahan makanan, *word of mouth*, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian dapat dicari menggunakan koefisien determinasi yang diolah menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26.

3) Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika nilai signifikansi < 0.05 , maka terdapat pengaruh secara parsial.¹⁰⁰ Namun jika nilai

⁹⁸ Sri Mayasari dan Wan Dian Safina, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan', *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, (2021), hlm. 74.

⁹⁹ Nurliati Hasibuan, Yurmaini, dan Erliyanti, 'Pengaruh Perubahan Lingkungan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia', *Jurnal Akuntansi Online*, 2.1 (2023), hlm. 140.

¹⁰⁰ Mochammad Chabachib dan M. Irham Abdurrahman, 'Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi' (Semarang: UPT UNDIP Press, 2020), hlm 36.

signifikansi > 0.05 maka tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dalam hal ini hubungan antara variabel (X1), (X2), (X3), (X4), (X5) terhadap variabel (Y) yang diuji dengan bantuan aplikasi SPSS 26.

c. Uji Hipotesis 6

1) Koefisien Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda adalah angka yang menunjukkan arah atau kuatnya hubungan dua atau lebih variabel independen secara bersama-sama dengan satu variabel dependen.¹⁰¹

2) Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).¹⁰²

3) Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui nilai *R Square* variabel dependen dan variabel independen secara simultan.

4) Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen bersama-sama memengaruhi variabel dependen dengan taraf signifikansi yang digunakan sebesar 0.05.¹⁰³

¹⁰¹ Ahyar, 'Statistik Sosial' (Mataram: IAIN Mataram, 2016), hlm. 69.

¹⁰² Abdul Muhid, 'Analisis Statistik 5 Langkah Praktik Analisis Statistik dengan SPSS for Windows' (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2019), hlm. 158.

¹⁰³ Chabachib dan Abdurrahman, *Determinan Nilai Perusahaan...*, hlm. 38-39.

