

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan menganalisis data kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>70</sup>

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian korelasional. Metode korelasional ditujukan untuk mengetahui hubungan suatu variabel dengan variabel-variabel lain. Hubungan antara satu dengan beberapa variabel lain dinyatakan besarnya koefisien korelasi (bivariat) dan keberartian (signifikan) secara statistik. Adanya korelasi antara dua variabel atau lebih, tidak berarti adanya pengaruh atau hubungan sebab akibat dari suatu variabel terhadap variabel lainnya.<sup>71</sup>

Penulis akan mengelola data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari keempat variabel yakni variabel  $X_1$  (Labelisasi Halal),  $X_2$  (Merek), dan  $X_3$  (*Discount*) terhadap variabel  $Y$  (Keputusan Pembelian)

---

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi Dan R&D*, Alfabeta Bandung, 2018.

<sup>71</sup> Asep Saepul Hamdi and E. Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan* - , E. Bahrudin - Google Books, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, 2014.

## B. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan proses menguraikan variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang secara langsung merujuk pada aspek-aspek yang dapat diamati atau diukur. Adapun pengukuran secara operasional dari tiap-tiap variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen atau lebih sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel ini merujuk pada faktor yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat). Jenis variabel ini biasanya disimbolkan dengan huruf X. Adapun variabel independen dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

#### a. Labelisasi Halal ( $X_1$ )

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan label halal adalah tanda kehalalan suatu produk.<sup>72</sup> Pengukuran dan operasional variable.

#### b. Merek ( $X_2$ )

Merek adalah sesuatu yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur

---

<sup>72</sup> UU JPH, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*.

tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.<sup>73</sup>

c. *Discount* ( $X_3$ )

Diskon adalah potongan harga pada setiap barang yang dijual oleh penjual agar produknya diminati oleh banyak pembeli.<sup>74</sup>

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau yang sering disebut sebagai variabel terikat, adalah suatu variabel yang terpengaruh atau mengalami akibat sebagai hasil dari keberadaan variabel bebas. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan huruf Y. Adapun variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seorang dapat membuat keputusan haruslah dari beberapa alternatif pilihan.<sup>75</sup>

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Sumber
1.	Labelisasi Halal ( $X_1$ )	a. Gambar b. Tulisan c. Kombinasi Gambar dan Tulisan d. Menempel pada Kemasan	Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan

<sup>73</sup> Sumarwan et al., *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*.

<sup>74</sup> Laili Niswa, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion Muslim Pada Toko Antaradinhijab Di Shopee."

<sup>75</sup> Schiffman and Kanuk, "Perilaku Konsumen."

2.	Merek ( $X_2$ )	a. Identitas merek ( <i>Brand identity</i> ) b. Kepribadian merek ( <i>Brand personality</i> ) c. Asosiasi merek ( <i>brand association</i> ) d. Sikap dan perilaku merek ( <i>brand attitude and Behaviour</i> ) e. Keunggulan dan Kompetensi Merek ( <i>Brand benefit and Competence</i> )	Kotler dan Keller (2016)
3.	<i>Discount</i> ( $X_3$ )	a. Besarnya potongan harga b. Masa potongan harga c. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga	Sutisna (2013)
4.	Keputusan Pembelian ( $Y$ )	a. Pemilihan Produk. b. Pilihan <i>Brand</i> (Merek). c. Pemilihan Penyalur. d. Penentuan Waktu Pembelian. e. Metode Pembayaran.	Kotler dan Keller (2016)

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan dari hasil tersebut

dapat ditarik kesimpulannya.<sup>76</sup> Adapun untuk populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini ialah mahasiswa S-1 Universitas Siliwangi pada tahun 2023. Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, jumlah mahasiswa aktif yang terdaftar pada tahun 2023 berjumlah 16.626 mahasiswa.<sup>77</sup>

## 2. Sampel

Sampel secara sederhana diartikan sebagai sebagian kecil dari keseluruhan populasi, mencakup sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Proses pengambilan sampel ini harus dilakukan dengan teliti sehingga dapat secara akurat mewakili seluruh populasi. Maka dari itu, sampel merupakan suatu pengambilan sebagian populasi dengan menggunakan teknik tertentu.<sup>78</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>79</sup> Adapun untuk Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

*Purposive sampling* dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan tujuan atau pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan.<sup>80</sup>

Pendekatan ini bertujuan untuk menentukan jumlah sampel yang akan

---

<sup>76</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2019: hlm.130.

<sup>77</sup> SIMAK UNSIL, "Daftar Mahasiswa Terdaftar Tahun Akademik 2023," Universitas Siliwangi, 2023.

<sup>78</sup> Usman Husaini, *Pengantar Statistik* (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2006).

<sup>79</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2019: hlm. 136.

<sup>80</sup> Hikmawati, *Metodologi Penelitian* (PT Rajagrafindo Persada, 2020).

menjadi fokus penelitian. Hal ini berarti responden yang dipilih dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria sampel sebagai berikut:

- 1) Mahasiswa Universitas Siliwangi yang beragama Islam atau Muslim.
- 2) Mahasiswa Konsumen Produk Toiletries.

Dalam penelitian ini, jumlah populasi yang diketahui secara keseluruhan berjumlah 16.626 orang. Rumus Slovin digunakan jika dalam suatu penelitian diketahui ukuran populasi nya. Maka dari itu, untuk menentukan dan mengetahui jumlah sampel yang diambil, peneliti menggunakan rumus *Slovin* untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan.<sup>81</sup> Adapun rumus nya yaitu:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%.

Berdasarkan rumus pengambilan sampel diatas, maka diperoleh:

$$n = \frac{16.626}{1 + 16.626 (0,1)^2} = \frac{16.626}{1 + (16.626 \times 0,01)} = \frac{16.626}{1 + 166,26} = 99 \text{ dibulatkan menjadi } 100.$$

Maka hasil dari perhitungan diatas dengan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel sebanyak 99 mahasiswa. Maka dari itu, sampel tersebut

---

<sup>81</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2019: hlm.143.

merupakan sampel minimal, sehingga untuk meingkatkan keakuratan hasil penelitian, maka dibulatkan menjadi 100 mahasiswa yang akan digunakan untuk penelitian.

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

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden yaitu mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi melalui *google form*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab maupun ditanggapi. Selain itu, kuesioner juga dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka. Biasanya dapat diberikan secara langsung kepada responden maupun melalui internet dengan menggunakan *google form*.<sup>82</sup> Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur, dokumentasi terkait penelitian serta laporan yang relevan terkait dengan objek penelitian.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan dan pengolahan data.<sup>83</sup> Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan yaitu berupa angket atau kuesioner yang bisa berupa

---

<sup>82</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif (Bandung: Alfabeta, 2019: hlm. 219).

<sup>83</sup> S Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*, Edisi Revisi (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006).

penyataan maupun pertanyaan yang nantinya akan diisi oleh responden sesuai dengan tanggapan dan penilaian mereka.

Dalam penyajian beberapa pertanyaan yang terkait dengan kuesioner, peneliti menggunakan pengukuran skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan juga mengenai pendapat seseorang terkait dengan fenomena sosial yang sedang terjadi.<sup>84</sup> Dengan menggunakan skala *Likert*, variabel yang akan diukur dan diuraikan menjadi indikator variabel. Indikator ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrumen yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk memudahkan penyusunan instrumen atau kisi-kisi instrument.

Kemudian, angket atau kuesioner ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data melalui penggunaan angket tertutup. Pada angket tersebut, terdapat opsi jawaban yang telah disiapkan oleh peneliti, yang harus dipilih oleh responden dalam bentuk pilihan ganda. 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:

---

<sup>84</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*.



**Tabel 3.2**  
**Predikat, Notasi dan Nilai**

<b>Pernyataan Positif (+)</b>		<b>Pernyataan Negatif (-)</b>	
<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Kurang Setuju (KS)	3	Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

Oleh karena itu, untuk memudahkan penyusunan instrumen, berikut ini peneliti sajikan terkait kisi-kisi angket atau kuesioner penelitian, yaitu:

**Tabel 3.3**  
**Kisi-kisi instrumen penelitian**

<b>No.</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Skala</b>
1.	Labelisasi Halal (X <sub>1</sub> )	Gambar	1. Penggunaan Logo Halal MUI	1, 2
			2. Visibilitas logo halal	
		Tulisan	3. Penggunaan Label Halal yang Tulisan Jelas	3, 4
			4. Penggunaan Label Halal yang mudah dibaca	
		Kombinasi Tulisan dan Gambar	5. Terdapat tulisan halal yang menemani logo	5, 6
			6. Kombinasi gambar dan	

		tulisan logo halal yang informatif		
		Menempel pada Kemasan	7. Posisi dan Visibilitas Logo Halal 8. Deskripsi Bahan Baku Halal	7, 8
2.	Merek (X <sub>2</sub> )	Identitas merek ( <i>Brand identity</i> )	9. Nama merek mudah diingat 10. Logo Merek	9, 10
		Kepribadian merek ( <i>Brand personality</i> )	11. Persepsi konsumen terhadap merek 12. Keandalan merek	11, 12
		Asosiasi merek ( <i>brand association</i> )	13. Membangun asosiasi yang kuat dan berkelanjutan 14. Prestise merek	13, 14
		Sikap dan perilaku merek ( <i>brand attitude and Behaviour</i> )	15. Sikap konsumen terhadap merek 16. Kesetiaan terhadap merek	15, 16
		Keunggulan dan Kompetensi Merek ( <i>Brand benefit and Competence</i> )	17. Keunggulan merek dibanding competitor 18. Reputasi merek	17, 18

3.	<i>Discount</i> ( $X_3$ )	Besarnya potongan harga	19. Persentase diskon yang menarik 20. Tingkat diskon	19, 20
		Masa potongan harga	21. Periode waktu diskon yang cukup lama 22. Frekuensi penerapan diskon	21, 22
		Jenis produk yang mendapatkan potongan harga	23. Pemilihan produk yang tepat untuk mendapatkan diskon 24. Kategori produk diskon	23, 24
4	Keputusan Pembelian ( $Y$ )	Pemilihan Produk	25. Kualitas produk 26. Variasi produk yang dimiliki	25, 26
		Pemilihan <i>Brand</i> (Merek)	27. Mencari informasi terkait merek 28. Memilih merek yang tepat	27, 28
		Pemilihan Penyalur	29. Membeli produk langsung ke took offline 30. Membeli lewat took online	29, 30

Penentuan Waktu Pembelian	31. Rutinitas pembelian 32. Kapan saja sesuai kebutuhan	31, 32
Metode Pembayaran	33. Pembayaran Tunai 34. Pembayaran non tunai	33, 34

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

### 1) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas ditujukan untuk menilai sejauh mana keabsahan suatu pengujian atau instrumen penelitian dapat diukur. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dengan data yang terjadi dilapangan pada objek yang diteliti.<sup>85</sup> Pada uji validitas, suatu pengukuran dianggap valid jika korelasi mempunyai tingkat signifikan  $< 0.05$ .

Hasil uji validitas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel, sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Nilai Uji Validitas Variabel Penelitian**

No. Instrumen	Indikator Variabel.	r hitung	Sig. < 0,05	Keterangan
1	X1.1	0,000	0,05	VALID
2	X1.2	0,000	0,05	VALID

<sup>85</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung, 2016).

3	X1.3	0,001	0,05	VALID
4	X1.4	0,000	0,05	VALID
5	X1.5	0,000	0,05	VALID
6	X1.6	0,000	0,05	VALID
7	X1.7	0,000	0,05	VALID
8	X1.8	0,000	0,05	VALID
9	X2.1	0,000	0,05	VALID
10	X2.2	0,001	0,05	VALID
11	X2.3	0,000	0,05	VALID
12	X2.4	0,000	0,05	VALID
13	X2.5	0,000	0,05	VALID
14	X2.6	0,000	0,05	VALID
15	X2.7	0,000	0,05	VALID
16	X2.8	0,014	0,05	VALID
17	X2.9	0,000	0,05	VALID
18	X2.10	0,001	0,05	VALID
19	X3.1	0,000	0,05	VALID
20	X3.2	0,000	0,05	VALID
21	X3.3	0,000	0,05	VALID
22	X3.4	0,000	0,05	VALID
23	X3.5	0,000	0,05	VALID
24	X3.6	0,000	0,05	VALID
25	Y1	0,000	0,05	VALID
26	Y2	0,000	0,05	VALID
27	Y3	0,000	0,05	VALID
28	Y4	0,000	0,05	VALID
29	Y5	0,000	0,05	VALID
30	Y6	0,000	0,05	VALID
31	Y7	0,000	0,05	VALID
32	Y8	0,000	0,05	VALID
33	Y9	0,000	0,05	VALID
34	Y10	0,000	0,05	VALID

Sumber: Data Di Olah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari pernyataan – pernyataan untuk variabel labelisasi halal ( $X_1$ ), merek ( $X_2$ ), diskon ( $X_3$ )

dan keputusan pembelian (Y) yang diuji validitasnya, semua pernyataan tersebut dinyatakan valid, artinya pernyataan - pernyataan yang digunakan sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid karena memiliki nilai signifikansi korelasi di bawah 0,05 atau taraf signifikansi 5%.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang diperoleh peneliti, seperti data hasil penyebaran kuesioner terhadap responden. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.<sup>86</sup>

Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6, hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:<sup>87</sup>

- 1) Jika nilai *Cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

---

<sup>86</sup> Sugiyono.

<sup>87</sup> B Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Guepedia, 2021).

**Tabel 3.5**  
**Nilai Uji Reliabilitas Variabel Labelisasi Halal, Merek, Diskon dan Keputusan Pembelian**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabilitas	N Of Items	Keterangan
Labelisasi Halal	0,687	0,60	8	Reliabel
Merek	0,677	0,60	10	Reliabel
Diskon	0,737	0,60	6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,678	0,60	10	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas untuk tiap variabel yang diperoleh melalui perhitungan dengan menggunakan Rumus *Alpha Cronbach*  $> (0,60)$ . Hal ini berarti alat ukur yang digunakan adalah reliabel.

## F. Uji Prasyarat Analisis

### 1. Uji Asumsi Dasar

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas diaplikasikan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik non-parametrik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.<sup>88</sup> Implikasi dari terdistribusi normal ialah data akan mengikuti bentuk distribusi normal di mana data memfokus pada nilai median dan rata-rata. Adapun tolak ukur penerimaan jika nilai probabilitas (*sig.*)  $>$  taraf nyata 5% maka

<sup>88</sup> Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Guepedia, 2021. hlm: 154).

distribusi data normal, jika nilai probabilitas (*sig.*) < taraf nyata 5% maka distribusi data tidak normal.

b. Uji Linieritas

Tujuan dilakukan uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) membentuk hubungan garis linear atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam penerapan metode regresi linear. Penggunaan model linier dapat dikatakan tepat dan dapat diterima apabila nilai probabilitasnya > 0,05.<sup>89</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Multikolonieritas merujuk pada korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolonieritas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi tinggi atau sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Jika terdeteksi adanya korelasi tinggi di antara variabel bebas, ini dapat dianggap sebagai indikasi terjadinya multikolinearitas dalam penelitian tersebut. Kriteria multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance*-nya dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* tinggi dan menunjukkan kolonieritas yang tinggi.<sup>90</sup> Adapun interpretasi dari hasil uji multikolonieritas, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>89</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*, Universitas Diponegoro, 2016, <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>.

<sup>90</sup> Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Guepedia, 2021. hlm: 103).



- 1) Jika nilai  $VIF < 10$  atau nilai  $Tolerance > 0,01$ , maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.
- 2) Jika nilai  $VIF > 10$  atau nilai  $Tolerance < 0,01$ , maka dinyatakan terjadi multikolonieritas.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah terdapat perbedaan varians dalam model regresi dan residu antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya.<sup>91</sup> Dalam pengamatan ini, untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* pada output *spss 26 version* untuk melihat sebaran data dalam analisis regresi berganda. Apabila terdapat suatu pola pada grafik tersebut maka data dapat dikatakan mengalami heteroskedastisitas ( $H_0$  diterima), sebaliknya jika tidak terdapat pola pada grafik tersebut maka dapat dikatakan data tidak mengalami heteroskedastisitas ( $H_0$  ditolak).

### **G. Teknik Analisis Data**

#### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif merupakan 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.<sup>92</sup>

---

<sup>91</sup> K Perdana, *Olah Data Skripsi Dengan Spss 22* (Pangkal Pinang: Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016).

<sup>92</sup> Sugiyono, "Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif," *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, 2018.

Analisis statistik deskriptif penelitian ini digunakan untuk menganalisis tiap variabel yaitu variabel Labelisasi Halal ( $X_1$ ), Merek ( $X_2$ ), *Dsicount* ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

## 2. Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis, peneliti menggunakan alat analisis sebagai berikut:

### a. Koefisien Korelasi Parsial

Korelasi parsial dapat didefinisikan sebagai hubungan/keeratan antara 2 variabel saja, dimana terdiri dari 1 variabel independent/bebas dan 1 variabel dependent (terikat) dan juga untuk mengetahui arah hubungan.<sup>93</sup> Korelasi parsial dalam penelitian ini menunjukkan hubungan masing-masing antar variabel Labelisasi Halal ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ), Merek ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dan Diskon ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Dalam menguji validitas instrumen penelitian digunakan korelasi *product moment* yang diolah melalui aplikasi SPSS 26. Untuk dapat di inteprestasi terhadap kuatnya hubungan tersebut, maka dapat digunakan pedoman seperti berikut:

---

<sup>93</sup> Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*.

**Tabel 3.5**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

b. Regresi Sederhana

Regresi sederhana didefinisikan sebagai pengaruh antara dua variabel yang terdiri dari satu variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat) yang digunakan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan.<sup>94</sup> Dalam mengolah data regresi sederhana dihitung melalui aplikasi SPSS 26.

Adapun model yang digunakan pada regresi linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

<sup>94</sup> Darma.

X = Labelisasi Halal, Merek dan Diskon

e = Standar error

Nilai yang terdapat dalam koefisien regresi memberikan penjelasan mengenai apakah terdapat korelasi positif atau negatif antara variabel independen dan variabel dependen. Jika b bernilai positif, maka terdapat pengaruh positif (searah) yang berarti bahwa kenaikan variabel independen akan menyebabkan peningkatan variabel dependen. Sedangkan, jika b bernilai negatif, maka terdapat pengaruh negatif (berlawanan) yang berarti bahwa kenaikan variabel independen akan menyebabkan penurunan variabel dependen.

#### c. Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dapat dipergunakan untuk memprediksi perubahan (kenaikan atau penurunan) variabel dependen (kriteria) ketika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikkan atau diturunkan nilainya).<sup>95</sup> Secara umum, bentuk regresi yang digunakan pada regresi linear berganda memiliki tingkat derajat kesalahan 5%. Adapun model yang digunakan pada regresi linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

---

<sup>95</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung, 2013).

$\alpha$	= Konstanta
$\beta_1 - \beta_3$	= Koefisien regresi masing-masing variabel
$X_1$	= Labelisasi Halal
$X_2$	= Merek
$X_3$	= <i>Discount</i>
$e$	= Standar error

Nilai yang terdapat dalam koefisien regresi memberikan penjelasan mengenai apakah terdapat korelasi positif atau negatif antara variabel independen dan variabel dependen. Jika  $b$  bernilai positif, maka terdapat pengaruh positif (searah) yang berarti bahwa kenaikan variabel independen akan menyebabkan peningkatan variabel dependen. Sedangkan, jika  $b$  bernilai negatif, maka terdapat pengaruh negatif (berlawanan) yang berarti bahwa kenaikan variabel independen akan menyebabkan penurunan variabel dependen.

#### d. Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel independen ( $X$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Hubungan dikatakan erat apabila nilai korelasi berganda  $> 0,6$ . Apabila nilai korelasi berganda  $0,6$  hubungan variabel  $X$  dan  $Y$  dikatakan lemah.<sup>96</sup>

---

<sup>96</sup> Darma.

e. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independent secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependent. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independent secara parsial mempengaruhi variabel dependent.

f. Uji Simultan (Uji f)

Pada prinsip nya, uji statistik F menentukan apakah secara keseluruhan variabel bebas (independen) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Adapun ketentuan dalam uji F, yaitu sebagai berikut:

- 1) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dengan variabel terikat.<sup>97</sup>

---

<sup>97</sup> LA Wati dan M Primyastanto, *Ekonomi Produksi Periklanan Dan Kelautan Modern Teori Dan Aplikasinya* (Universitas Brawijaya Press, 2018).

g. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah suatu indikator yang mengukur sejauh mana kontribusi variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Nilai ( $R^2$ ) dapat mengalami perubahan baik naik maupun turun ketika satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.<sup>98</sup> Adapun ketentuan dalam uji koefisien determinasi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai ( $R^2$ ) mendekati 1 artinya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.
- 2) Apabila nilai ( $R^2$ ) mendekati 0 artinya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah

## H. Tempat dan Jadwal Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Kota Tasikmalaya. Dengan target responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa program studi Ekonomi Syariah.

### 2. Jadwal Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 13 (tiga belas) bulan yaitu dimulai dari bulan Januari 2024 – Februari 2025. Adapun jadwal penelitian nya sebagai berikut:

---

<sup>98</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012).

**Tabel 3. 5**  
**Jadwal Penelitian**

		Periode 2024 – 2025					
No.	Kegiatan Penelitian	Jan	Feb	Mar –	Sep -	Jan	Feb
		2024	2024	Ags 2024	Des 2024	2025	2025
1.	Penyusunan Usulan Penelitian						
2.	Seminar Usulan Penelitian						
3.	Pelaksanaan Penelitian: a. Pengumpulan Data b. Pengolahan Data c. Analisis Data						
4.	Pelaporan : a. Penyusunan Laporan b. Laporan Hasil Penelitian						
6.	Sidang Skripsi						