

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif serta pendekatan secara deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang melalui sebuah proses yang memungkinkan peneliti membangun hipotesis dan mengujinya secara empiris (Ferdinand, 2014). Penelitian kuantitatif identik dengan penelitian yang bersifat kausalitas (sebab akibat) yakni penelitian yang akan mencoba mengungkapkan hubungan sebab akibat antara variabel satu dan lainnya dan menguji besaran pengaruh masing-masing hubungan.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Nazir (2017) mengatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan terhadap objek yang sedang diteliti. Tujuan penelitian metode deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat melalui data yang telah terkumpul. Statistik Deskriptif berkaitan dengan metode penyajian data sehingga menghasilkan suatu informasi. Penulis mengadakan suatu penilaian melalui data atau sampel yang dikumpulkan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek penelitian atau hasil dari penelitian.

3.2 Variabel Dan Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2011) mengatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel penelitian, yakni variabel terikat (*Dependent*) dan variabel bebas (*Independent*).

3.2.1 Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yang sifatnya tidak dapat berdiri sendiri. Variabel *dependent* ini

merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas (Sakita Laksmi Dewi & Ida Bagus Putu Purbadharmaja, 2013). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk Es Krim Mixue.

3.2.2 Variabel Terikat (*Independent*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Pengertian variabel *independent* (bebas) menurut (Sugiyono, 2011) “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

4. Sertifikasi halal
5. Religiusitas
6. Citra merek
7. Harga

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan suatu atribut atau sifat dari variabel penelitian yang telah ditetapkan peneliti untuk diukur dan ditarik kesimpulannya. Operasional variabel menyangkut tentang bagaimana indikator menjadi ukuran dalam menjelaskan sebuah variabel yang akan digunakan pada sebuah penelitian (Ferdinand, 2014). Variabel penelitian ini menggunakan empat variabel bebas yaitu sertifikasi halal, religiusitas, citra merek, harga dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

1. Sertifikasi Halal

Menurut (Hosanna & Nugroho, 2018) Sertifikasi Halal adalah pengakuan kehalalan suatu Produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJ1PH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MU. Selaras dengan penjelasan di atas, menurut Fuad (2010) dalam (Fatmawati, 2017) Sertifikasi halal dapat diukur melalui indikator yang terdiri

dari pengetahuan sertifikasi, kepercayaan terhadap sertifikasi, pendapat mengenai sertifikasi halal, dan memastikan sertifikasi halal.

2. Religiusitas

Religiusitas menurut Glock dan Strak dalam (Sari, 2012) yakni sebuah tingkatan koseptualisasi antara individu terhadap agamanya juga merupakan sebuah tingkat komitmen individu terhadap agamanya. Tingkat koseptualisasi diartikan sebagai sebuah tingkat pengetahuan individu mengenai ajaran agamanya, tingkat komitmen dimaknai sesuatu hal sangat poko dipelajari dan dipahami dengan baik dan total , sehingga akan banyak opsi jalan bagi seseorang agar mampu menjadi seorang yang religius. Menurut (Nurul Hidayah, 2019) dan (Isa et al., 2020) mengatakan bahwa religiusitas dapat diukur melalui indicator keyakinan, praktik agama, pengalaman dan penghayatan, pengetahuan agama, dan konsekuensi.

3. Citra merek

Citra merek identik dengan suatu citra pada merek yang dibangun perusahaan sehingga mewakili kualitas, produk yang dihasilkan perusahaan serta identitas yang ingin dibangun oleh perusahaan. Citra merek dapat diukur melalui indikator yang terdiri dari kekuatan asosiasi merek, keunikan asosiasi merek dan keunggulan asosiasi merek (Kotler & Amstrong, 2012).

4. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa. (Kotler and Armstrong 2012). Kotler dan Keller (2018:67) juga dalam Khafidatul Ilmiah dan Indra Krishernawan (2020) menjelaskan bahwa harga bagian dari marketing mix yang dapat mendatangkan suatu pendapatan. Harga dapat diukur melalui indicator yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. ((Kotler and Armstrong 2012)

5. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan bagian dari studi perilaku konsumen tentang individu, kelompok maupun organisasi dalam memilih, membeli dan menggunakan produk atau jasa untuk memenuhi suatu kebutuhan. Keputusan

Pembelian memiliki indikator-indikator penelitian yaitu pemilihan produk, merek, saluran pembelian, penentuan waktu pembelian dan jumlah pembelian (Kotler & Amstrong, 2012). Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat ditarik ringkasan bahwa setiap variabel memiliki ukuran atau indikator tertentu sebagai pengujian pada setiap variabel yang akan diteliti. Berikut adalah operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel
Sertifikasi halal (X1)	Menurut (Hosanna & Nugroho, 2018) Sertifikasi Halal adalah pengakuan kehalalan suatu Produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)
	Indikator: 1. Memastikan sertifikasi halal pada suatu produk 2. Pendapat tentang sertifikasi halal 3. Urgensi sertifikasi halal. 4. Komitmen terhadap sertifikasi halal (Fuad, 2010) dan (Zuhroh An-nada, 2018)
	Skala pengukuran: Likert
Religiusitas (X2)	Religiusitas menurut Glock dan Strak dalam (Sari, 2012) yakni sebuah tingkatan koseptualisasi antara individu terhadap agamanya juga merupakan sebuah tingkat komitmen individu terhadap agamanya.

	<p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan 2. Praktik Agama 3. Penghayatan dan Pengalaman 4. Pengetahuan Agama 5. Konsekuensi <p>(Isa et al., 2020)</p>
	Skala pengukuran: Likert
Citra merek (X3)	<p>Citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang tertahan di ingatan konsumen. (Kotler, 2012).</p>
	<p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan Asosiasi Merek 2. Kekuatan Asosiasi Merek 3. Keunikan Asosiasi Merek <p>(Kotler & Amstrong, 2012)</p>
	Skala pengukuran: Likert
Harga (X4)	<p>Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa. (Kotler and Armstrong 2012)</p>
	<p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk 3. Daya Saing Harga 4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat <p>(Kotler & Amstrong, 2012)</p>
	Skala pengukuran: Likert

Keputusan pembelian (Y)	Setiadi (2013), menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya dalam memutuskan pembelian.
	Indikator: 1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan saluran pembelian 4. Penentuan waktu pembelian 5. Jumlah pembelian (Kotler & Amstrong, 2012)
	Skala pengukuran: Likert

Sumber: Diolah penulis, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dan Sampel menjadi bagian penting bagi peneliti dalam melakukan suatu penelitian pada saat tertentu. Populasi dan sampel merupakan esensi bagi peneliti dalam melakukan perhitungan sampel yang akan dijadikan responden untuk dilakukan suatu pengujian dan hasil perhitungan dari data yang diuji untuk memperoleh hasil sebagaimana mestinya.

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini termasuk populasi yang tidak teridentifikasi jumlahnya secara pasti, maka penelitian ini memfokuskan pada populasi yaitu warga Kecamatan Serang yang pernah membeli produk Es Krim Mixue yang berlokasi di Kaligandu.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. (Ferdinand, 2014).

3.4.3 Teknik Pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulisan pada penelitian ini adalah teknik pengambilan sample dengan metode *Non probability sampling* dengan sampling jenuh (sampling sensus) teknik sampel ini digunakan karena populasinya tidak terlalu banyak. Menurut Sugiyono (2012) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Dalam *non probability* sampling teknik yang digunakan adalah *Purposive sampling*, yaitu dengan teknik penarikan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Serang yang mengetahui produk Es Krim Mixue atau pernah mengkonsumsi produk tersebut. Penentuan besarnya sampel yang akan di ambil sebagai responden dalam penelitian ini, didasarkan penghitungan menurut Ferdinand (2014), yaitu 5 – 10 dikali jumlah indikator variabel yang akan dianalisis. Dalam penelitian ini jumlah indikator variabel adalah 21. Peneliti mengusung 5 dikali jumlah indikator sehingga perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 5 \times \text{indikator variabel} \\ &= 5 \times 21 = 105 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Dengan demikian, dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan yaitu 105 responden.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Data berdasarkan jenis terbagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder (Sekaran, 2017). Sumber data pada penelitian ini terdiri dari primer

dan sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Sumber Data

Secara garis besar, sumber data merupakan acuan yang diperoleh peneliti dalam mengumpulkan data-data yang akan digunakan. Data yang diperoleh secara langsung maupun melalui pihak yang lain akan digunakan dalam mendukung proses penelitian yang sedang dilakukan. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder sebagai berikut:

- a. Data primer, merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau kelompok seperti hasil wawancara secara langsung dengan pihak – pihak terkait atau pun data yang langsung didapat (Sekaran, 2017). Dalam hal ini data primer merupakan data yang penting karena data ini adalah data yang terjadi pada saat melakukan penelitian. Selain itu, data primer juga merupakan data pokok sebab hasilnya akan berguna bagi kedua belah pihak. Data primer yang berhubungan dengan penelitian ini adalah para responden yang termaktub pada hasil kuesioner.
- b. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari laporan, catatan serta melalui kepustakaan yang berhubungan dengan penulisan penelitian ini (Sekaran, 2017). Salah satunya ialah studi kepustakaan dan internet yang dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memperjelas penulisan penelitian. Data sekunder ini berguna sebagai bahan perbandingan serta evaluasi terhadap relevansi data perusahaan dan untuk menunjang penelitian ini seperti pangsa pasar perusahaan tertentu, laporan penggunaan, dokumen perusahaan maupun buku/jurnal.

Penulis mengumpulkan data berdasarkan kombinasi dari data primer dan sekunder. Melakukan Observasi, penyebaran kuesioner, informasi yang

beredar pada perusahaan di internet, perpustakaan serta internet sebagai sarana *browsing* dalam menguatkan data-data yang ada.

3.6 Metode Pengambilan Data

Metode pengumpulan data digunakan peneliti sebagai sebuah media yang akan digunakan peneliti untuk memperoleh data dengan berbagai cara yang telah ditentukan. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan secara tidak langsung terhadap responden penelitian yaitu warga Kecamatan Serang yang pernah membeli Es Krim Mixue di gerai Kaligandu dengan rentan usia 18-40 tahun. Observasi ini juga dilakukan agar peneliti dapat memastikan dengan jelas bahwa responden adalah pembeli Es Krim Mixue di gerai Kaligandu.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang telah dirumuskan kepada responden serta akan digunakan untuk melakukan pengolahan data (Sekaran, 2017). Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisi serangkaian daftar pertanyaan maupun pernyataan yang harus dijawab. Responden pada penelitian ialah pembeli Es Krim Mixue di gerai Kaligandu.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert yaitu dengan mengurutkan dan memberi bobot dari jawaban yang telah diberikan terhadap pertanyaan atau pernyataan yang ada, menyangkut pertanyaan tentang sertifikasi halal, religiusitas, citra merek, harga dan keputusan pembelian.

Tabel 3.2
Skala Penilaian Terhadap Pertanyaan / Pernyataan yang Diajukan

Jawaban	Penilaian	Bobot
A	Sangat setuju	5
B	Setuju	4
C	Kurang Setuju	3
D	Tidak Setuju	2
E	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Diolah Penulis

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisa kuantitatif dengan menggunakan alat bantu *statistic SPSS (Statistic Product and Service Solution) for window version 27.0*. Dalam penelitian ini model analisis data yang digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh sertifikasi halal, religiusitas, citra merek dan harga terhadap keputusan membeli Es Krim Mixue menggunakan model analisis regresi linear berganda.

3.7.1 Uji Instrumen

Pada dasarnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian dinamakan instrumen penelitian. Sugiyono (2013:146) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas.

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengukur variabel yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson's Product Moment Coefficient r* dengan kriteria pengambilan

keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2016:53), yaitu jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Danang Sunyoto (2016 :68) uji reliabilitas adalah pengujian ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil relatif yang sama atau tidak berubah-ubah. Dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* $> 0,60$.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji penyimpangan asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Hal ini agar model regresi bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimated*). Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan multikolinearitas.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan analisis grafik. Analisis grafik yang andal untuk menguji normalitas data adalah dengan melihat histogram dan *normal probability plot*.

Mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak, dapat dideteksi dengan melihat suatu kurva yang berbentuk lonceng (*bell – shaaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga. Sedangkan *normal probability plot* membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Menurut Ghozali (2018;156) untuk mendeteksi suatu data

terdistribusi secara normal atau tidak, dapat menggunakan analisis grafik. Jika distribusi residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji *statistic non-parametik Kolmogrov – Smirnov* (Uji K-S). Uji ini dilakukan dengan membandingkan probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikan 0,05. (Menurut Ghozali, 2013) dalam (Ismail & Sudarmadi, 2019), apabila nilai signifikan hitung $> 0,05$ maka data terdistribusi secara normal.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ismail & Sudarmadi, 2019). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilakukan dengan melihat *Tolerance value* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Menurut (Imam Ghozali, 2013: 105) dalam (Yusuff et al., 2021) nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu penelitian ke penelitian yang lain (Mustofa & Nurfadillah, 2021). Jika varian residual pada suatu penelitian tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas (Halim & Iskandar, 2019). Regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau yang terjadi homoskedastisitas (Ismail & Sudarmadi, 2019).

Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan uji glejser yang membandingkan nilai Sig. dengan nilai probabilitas 0,05, Apabila nilai Sig. melebihi nilai probabilitas 0,05, maka dikatakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. (Sari & Salmah, 2020)

Kriteria lain dalam pengambilan keputusan pada pengujian ini menurut Ghozali (2018: 139-143) pada (Alharits & Wahyono, 2022) yaitu dengan metode *scatterplot*. *Scatterplot* adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Hipotesis

Analisis ini digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di lapangan. dalam penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan meliputi :

3.7.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut M. Iqbal Hasan, (2013: 269) Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel *dependent* apakah masing-masing variabel *independent* berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai interval independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut dimana :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel *dependent* (minat beli)

a = Konstanta (nilai Y bila $X = 0$)

b_1 = Koefisien regresi sertifikasi halal

b_2 = Koefisien regresi religiusitas

b_3 = Citra merek

b_4 = Harga

X_1 = Sertifikasi halal

X_2 = Religiusitas

X_3 = Citra merek

X_4 = Harga

3.7.3.2 Uji T (Parsial)

Analisis korelasi parsial ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel control). Variabel yang diteliti adalah data rasio maka teknik statistik yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment* (Sugiyono,2014:248).

Suatu koefisien korelasi harus mempunyai nilai yang berarti (signifikan) untuk menguji kebenaran koefisien korelasi, langkah-langkah yang di tempuh adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1

a. Kriteria pengujian hipotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara sertifikasi halal (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara sertifikasi halal (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

b. Menentukan taraf nyata

Taraf nyata dipakai (α) sebesar 5 % (0,05) derajat kebebasan (dk) dengan rumus

$$Dk = n - k$$

Dimana :

dk= derajat bebas

n= sample

k= jumlah variabel.

c. Kriteria pengambilan keputusan

Kriteria pengambilan keputusan digunakan pengujian dengan menggunakan statistik uji t yaitu:

$$t = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Dimana:

t= nilai t-hitung

b= beda dari pengamatan tiap pasang

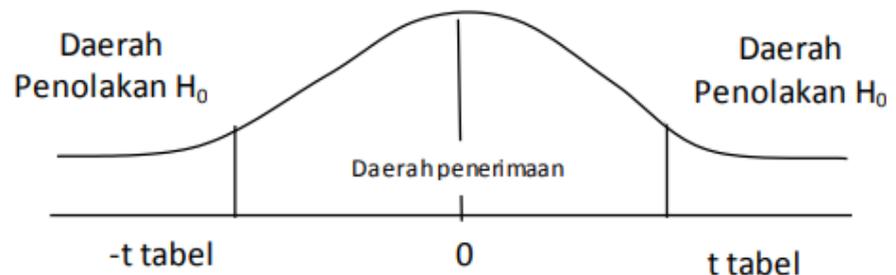
sb= standar dua mean yang berhubungan

d. Kriteria penerimaan hipotesis

- Jika t-hitung \leq t-tabel, maka H0 diterima dan H1 ditolak, maka artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara sertifikasi halal (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

- Jika t-hitung \geq t-tabel H0 ditolak dan H1 diterima, maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara sertifikasi halal (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

Gambar 3.1
Kurva Uji Signifikan



Hipotesis 2

a. Kriteria pengujian hipotesis

$H_0 : \beta_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

$H_a : \beta_2 \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

b. Menentukan taraf nyata

Taraf nyata dipakai (α) sebesar 5 % (0,05) derajat kebebasan (dk) dengan rumus:

$$Dk = n - k$$

Dimana :

dk = derajat bebas

n = sample

k = jumlah variabel.

c. Kriteria pengambilan keputusan

Kriteria pengambilan keputusan digunakan pengujian dengan menggunakan statistik uji t yaitu:

$$t = \frac{b_2}{Sb_2}$$

Dimana:

t = nilai t-hitung

b = beda dari pengamatan tiap pasang

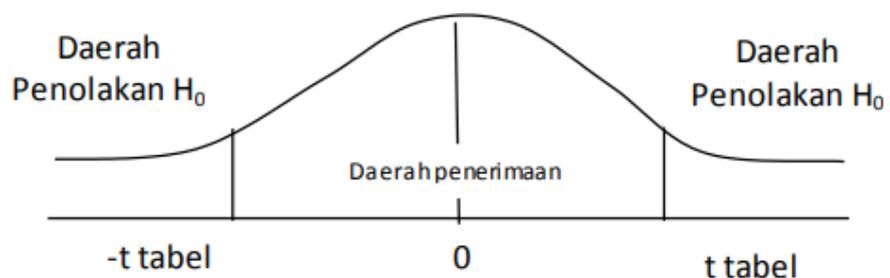
s_b = standar dua mean yang berhubungan

d. Kriteria penerimaan hipotesis

- Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

- Jika $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

Gambar 3.2
Kurva Uji Signifikan



Hipotesis 3

a. Kriteria pengujian hipotesis

$H_0 : \beta_3 = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

$H_a : \beta_3 \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

b. Menentukan taraf nyata

Taraf nyata dipakai (α) sebesar 5 % (0,05) derajat kebebasan (dk) dengan rumus:

$$Dk = n - k$$

Dimana :

dk= derajat bebas

n= sample

k= jumlah variabel.

c. Kriteria pengambilan keputusan

Kriteria pengambilan keputusan digunakan pengujian dengan menggunakan statistik uji t yaitu:

$$t = \frac{b_3}{Sb_3}$$

Dimana:

t= nilai t-hitung

b= beda dari pengamatan tiap pasang

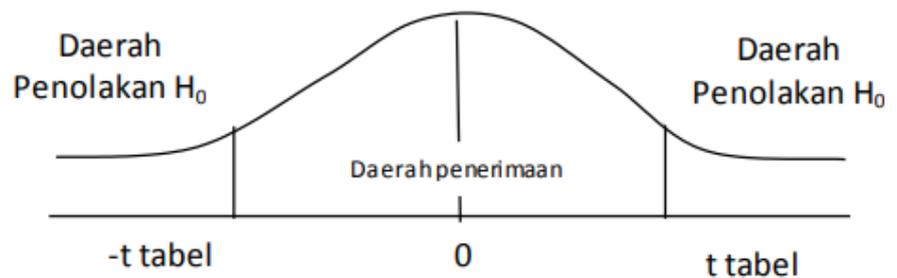
sb= standar dua mean yang berhubungan

d. Kriteria penerimaan hipotesis

- Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

- Jika $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

Gambar 3.3
Kurva Uji Signifikan



Hipotesis 4

- a. Kriteria pengujian hipotesis

$H_0 : \beta_4 = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

$H_a : \beta_4 \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

- b. Menentukan taraf nyata

Taraf nyata dipakai (α) sebesar 5 % (0,05) derajat kebebasan (dk) dengan rumus:

$$Dk = n - k$$

Dimana :

dk = derajat bebas

n = sample

k = jumlah variabel.

- c. Kriteria pengambilan keputusan

Kriteria pengambilan keputusan digunakan pengujian dengan menggunakan statistik uji t yaitu:

$$t = \frac{b_4}{Sb_4}$$

Dimana:

t= nilai t-hitung

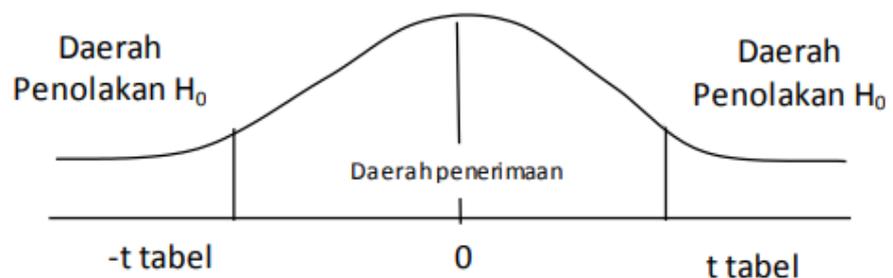
b= beda dari pengamatan tiap pasang

sb= standar dua mean yang berhubungan

d. Kriteria penerimaan hipotesis

- Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.
- Jika $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat Kecamatan Serang.

Gambar 3.4
Kurva Uji Signifikan



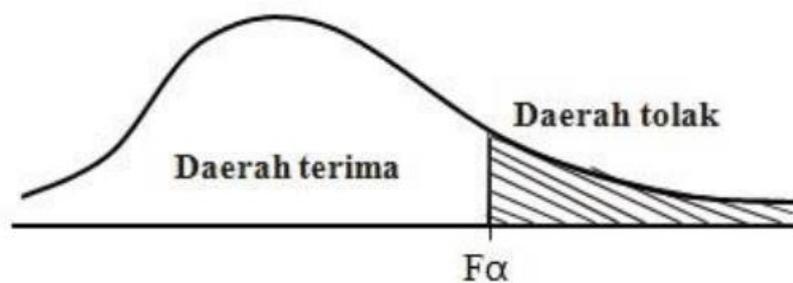
3.7.3.3 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2013), uji pengaruh simultan (*F test*) digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara bersama-sama mempengaruhi variabel *dependent*. Sugiyono (2014) Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara serentak..

a. Menentukan hipotesis

- $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ Berarti tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.
 - $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$ Berarti terdapat pengaruh secara serentak antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.
- b. Tingkat signifikansi (α) = 0,05
- c. Kriteria pengujian
- H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
 - H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$
- d. Menentukan F_{hitung}

Gambar 3.5
Kurva Uji Signifikan



$$F_{hitung} = \frac{jk(reg)/k}{jk(res) / n - k - 1}$$

Dimana:

$Jk (reg)$ = jumlah kuadrat regresi

$Jk (res)$ = jumlah kuadrat residu

k = jumlah variabel

n = jumlah sampel

- e. Kesimpulan Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :
- Jika F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* secara bersama-sama.

- Jika nilai F-hitung lebih kecil dari F-tabel maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* secara bersama-sama.

3.7.3.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent* (Ghozali, 2018). Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel *independent*, maka R² pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. (Ghozali, 2018).

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi sertifikasi halal (X1), religiusitas (X2), citra merek (X3) dan harga (X4) terhadap keputusan Pembelian (Y). Sedangkan untuk menganalisa pengaruh koefisien Determinasi (KD) antar variabel x dan y digunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r_p^2 \times 100\%$$

Keterangan:

r_p = besarnya korelasi parsial