

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan *field research* adalah sebuah penelitian yang datanya didapat dari pengamatan dan sumber datanya berasal dari lapangan dan bukan dari sumber dipustaka. Bentuk penelitian ini dikenal dengan penelitian asosiasi, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel.¹ Penulis menggunakan istilah asosiasi untuk merujuk pada proses penentuan apakah terdapat hubungan yang substansial antara pengaruh label halal, kesadaran halal, dan pengaruh iklan media sosial Instagram terhadap minat beli. Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (Kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independent dengan variabel dependen ini adalah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas x ($x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$) dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linier.

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Penelitian kuantitatif melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.² Pengertian metode penelitian kuantitatif adalah “metode penelitian berdasarkan positivisme, digunakan untuk menguji populasi dan sampel tertentu, memanfaatkan alat penelitian untuk mengumpulkan data, mempelajari data dalam bentuk numerik, dan menggunakan analisis statistik”.³

Data primer dan data sekunder merupakan dua bentuk data yang berbeda yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Omar, data primer adalah jenis informasi penelitian yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya, sedangkan data sekunder adalah jenis informasi yang dikumpulkan peneliti secara tidak langsung melalui perantara.⁴

¹ Ahmad Tanzeh, Pengantar Metodologi Penelitian (Yogyakarta: Teras, 2009), 99.

² Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian (Bandung: Alfabeta, 2006), 11.

³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2012), 8.

⁴ Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 22.

Jawaban kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa MBS di IAIN Kudus dijadikan sebagai sumber data utama penelitian ini. Data sekunder untuk penelitian ini berasal dari jurnal penelitian sebelumnya, buku, majalah, majalah, dan publikasi yang relevan dengan topik penelitian.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di IAIN Kudus dengan mengambil populasi konsumen yang membeli kosmetik halal pada Mahasiswa program studi MBS IAIN Kudus. dan penelitian ini dilakukan pada bulan Maret. Mengingat banyaknya konsumen, maka tidak memungkinkan penulis mengadakan penelitian pada seluruh populasi yang ada. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan waktu maupun biaya. Sehingga penulis menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan sampel dalam populasi.

Metode pengumpulan data menggunakan program SPSS 29 yang merupakan program komputer untuk statistik dengan alasan agar memudahkan dalam pengolahan data dari kuesioner yang disebarkan kepada responden. Analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik regresi linier berganda.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Dalam penelitian ini populasinya yaitu konsumen dari produk kosmetik halal terkhusus mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) IAIN Kudus. Angkatan 2018 sebanyak 38 laki-laki dan 92 perempuan, totalnya 130. Angkatan 2019 sebanyak 45 laki-laki dan 169 perempuan, totalnya 214. Angkatan 2020 sebanyak 38 laki-laki dan 89 perempuan, totalnya 127. Angkatan 2021 sebanyak 26 laki-laki dan 104 perempuan, totalnya 132. Angkatan 2022 sebanyak 47 laki-laki dan 90 perempuan, totalnya 137. Total angkatan keseluruhan 740 orang. 196 Laki-laki dan 544 perempuan.

2. Sampel

Silaen menjelaskan pengertian dari sampel ialah sebagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan suatu cara yang kemudian diamati atau bisa diukur karakteristiknya, kemudian

⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen. (Bandung:Alfabeta, 2018), 148.

diambil kesimpulan dari karakteristik tersebut yang dianggap mewakili populasi.⁶ Para peneliti hanya dapat mengumpulkan sampel karena keterbatasan waktu dan potensi sumber daya serta dana. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, artinya tidak setiap orang dari masyarakat sampel diberikan kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam penelitian.⁷ Penelitian ini merupakan penelitian yang populasinya diketahui secara pasti, maka perhitungan Jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = Nilai kritis (Batas ketelitian) yang diinginkan (Persen kelonggaran

ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

Maka:

$$n = \frac{544}{1+544(0,01)^2}$$

$$n = \frac{544}{1+5,44}$$

$$n = 84,47$$

$$n = 84 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 84 orang responden. Dalam pengambilan sampel digunakan metode *non-probability sampling* dengan penggunaan teknik *purposive sampling* yaitu dengan menggunakan kriteria tertentu.⁸ Pengambilan sampel dilakukan, dimana responden ialah konsumen yang berjenis kelamin perempuan atau mahasiswi prodi MBS di IAIN Kudus saja yang hanya membeli produk kosmetik. Jadi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 84 orang sampel.

⁶ Sofar Silaen, Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. (Bogor: Penerbit In Media, 2018), 87.

⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2009), 84.

⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2009), 84.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Bagian penelitian yang menjelaskan bagaimana mengukur suatu variabel disebut definisi operasional.⁹ Variabel independen dan dependen digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang mempengaruhi variabel lain dikenal sebagai variabel bebas atau independent.¹⁰ Dalam penelitian ini label halal (X1), kesadaran halal (X2), dan iklan (X3) merupakan variabel independen.

Variabel dependen adalah yang terkena dampak atau akibat dari variabel independen. Minat beli (Y) konsumen merupakan variabel dependen penelitian

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Label Halal (X ₁)	Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar yang dibuat dengan mengulangi bentuk atau pola tertentu (hewan, orang, tumbuhan, dll.). 2. Menulis adalah hasil dari membaca apa yang harus ditulis. 3. Gabungan gambar dan teks adalah proses menggabungkan hasil visual dan teks dengan hasil teks. 4. Segala sesuatu yang melekat pada kemasan dengan 	Likert

⁹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus, Jurusan Tarbiyah Prodi PAI Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, 2009), 46.

¹⁰ Sanusi Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 50.

¹¹ Adinugraha, Hendri Hermawan, Wikan Isthika dan Mila Sartika. "Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk," *As a Qualitative Research*. Perisai; Islamic Banking and Finance, 186

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			cara tertentu, baik sengaja maupun tidak sengaja, dapat dianggap melekat pada kemasan (untuk melindungi produk). ¹²	
2	Kesadaran Halal (X ₂)	Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. ¹³	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pengetahuan tentang bahan baku dan bahan pelengkap. 2) Kewajiban mengkonsumsi atau menggunakan produk halal dan thoyyib 3) Adanya sertifikasi halal (logo/label) 4) Penjelasan informasi terkait produk halal 5) Alasan kesehatan 6) Kesadaran halal intrinsik dan intrinsik.¹⁴ 	Likert
3	Iklan Instagram	Iklan adalah segala bentuk pesan	a) Dapat Menimbulkan	Likert

¹² “Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan,” diakses pada 28 Desember, 2022. <http://p3i-pusat.com/peraturan-perintah-republik-indonesia-nomor-69-tahun-1999-tentang-label-dan-iklan-pangan/>.

¹³ Anggraini, Inar, and Diah Setyawati Dewanti. “The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable.” *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 4 (1), (2020), <https://doi.org/10.18196/jerss.040116>

¹⁴ Talisa Rahma Pramintasari & Indah Fatmawati, “Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal,” *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, Vol 8, no 1 (2017): 12-14. <http://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922>

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	(X ₃)	tentang produk perusahaan/pemasar yang disampaikan oleh perusahaan/pemasar melalui berbagai media dan dibiayai oleh perusahaan/pemasar yang ditujukan bagi kalangan tertentu atau masyarakat secara luas. ¹⁵ Instagram ads yaitu sebuah platform iklan yang ada di media sosial instagram. Dengan membuat iklan di feed dan story bisnis.	perhatian Menarik. b) Dapat menimbulkan keinginan. c) Menghasilkan suatu tindakan. ¹⁶	
4	Minat Pembelian (Y)	Minat beli merupakan tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. ¹⁷	a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan konsumen untuk membeli produk dan disadari atas kepercayaan yang tinggi. b. Minat Referensial,	Likert

¹⁵ Doni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 174.

¹⁶ Wibisono Y. H, *Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian dengan Perilaku Niat Sebagai Variabel Intervening Pada Situs Kaskus*, *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Vol. 1. No.5 (2012), 1 – 8.

¹⁷ Budi Suryowati & Nurhasanah, “Label halal, Kesadaran Halal, Religiusitas dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal,” *Jurnal Kompleksitas* Volume IX no. 1 J, (2020), diakses pada 21 November, 2022, <https://ejurnal.swadharma.ac.id/index.php/kompleksitas/article/view/17>

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			yaitu kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan barangnya kepada orang lain. c. Minat Preferensial, yaitu perilaku konsumen yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. d. Minat Eksploratif, yaitu perilaku konsumen yang selalu mencari informasi produk yang diinginkan dan mencari informasi yang mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. ¹⁸	

Agar instrumen penelitian menghasilkan data kuantitatif saat diukur, maka digunakan skala pengukuran sebagai item referensi untuk menghitung panjang interval.¹⁹ Kategori peringkat berada pada tingkat Sangat Tidak Setuju pada angka 1, sedangkan kategori peringkat pada tingkat Sangat Setuju ditunjukkan dengan angka 5 pada angka 1.

Skala Likert dikembangkan untuk mengkaji sikap, keyakinan, dan persepsi individu atau sekelompok individu terhadap fenomena sosial. Setiap tanggapan dinilai dengan skala Likert dan

¹⁸ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014), 189.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 93.

untuk kepentingan analisis kuantitatif, tanggapan tersebut dapat diberi skor yang meliputi:

Indikator	Skor Jawaban
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Uji Validitas

Instrumen yang valid mengacu pada alat pengukur yang digunakan untuk mengumpulkan (mengukur) data secara akurat. Efektivitas mengacu pada kemampuan instrumen untuk mengukur apa yang dirancang untuk diukur. Menurut Ghozali, uji validitas dilakukan untuk menilai reliabilitas atau validitas suatu kuesioner. Jika pernyataan pada kuesioner mengungkapkan apa yang ingin diukur oleh kuesioner, maka dianggap valid. Dengan membandingkan nilai r estimasi dengan nilai r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$ (n adalah jumlah sampel dengan α) dengan tingkat signifikansi 0,05. Item dianggap sah jika r hitung lebih tinggi dari r tabel dan ada korelasi positif antara keduanya. Dengan kata lain, kita dapat mengatakan bahwa item pertanyaan tertentu asli jika skor yang diberikannya memiliki hubungan positif yang substansial dengan skor keseluruhan variabel.²⁰

Perlu diingat bahwa mengukur keefektifan suatu instrumen tidak dapat dipisahkan dari kelompok yang dipengaruhinya, karena keefektifan suatu instrumen terbatas pada kelompok itu atau orang lain dengan kondisi yang hampir sama dengan kelompok itu. Semakin efektif suatu instrumen maka akan semakin baik kerjanya, namun perlu diingat bahwa mengukur efektivitas suatu alat tidak lepas dari kelompok yang dipengaruhi oleh instrumen tersebut. Akibatnya, suatu teknik pengukuran yang efektif untuk satu kelompok belum tentu efektif untuk kelompok lain.

2) Uji Realibilitas

Uji reabilitas data dilakukan untuk mengevaluasi survei sebagai variabel atau indikator struktural. Ketika seseorang

²⁰ V. Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015, 165.

menjawab kuesioner secara konsisten dari waktu ke waktu, dikatakan reliabel. Jika kuesioner memberikan nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6, dianggap reliabel.²¹ Untuk setiap komponen variabel independen dan dependen, akan dilakukan pengujian alfa. Uji yang dikatakan reliabel yaitu mengukur objek yang sama beberapa kali, akan memberikan data hasil yang sama secara konsisten. SPSS 29 versi Windows dapat digunakan untuk melakukan ujian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana subjek diminta serangkaian pertanyaan atau diminta untuk menjawab pernyataan tertulis.²² Apabila peneliti yakin jika variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden, kuesioner merupakan metode yang efisien untuk mengumpulkan data. Kuesioner sesuai untuk keadaan dimana terdapat banyak responden dan jangkauan distribusi yang luas. Kuisisioner dapat dibagikan langsung kepada responden atau dikirim melalui internet dan dapat berupa pertanyaan atau komentar tertutup atau terbuka (Google Forms).

Pada penelitian ini penulis menyebarkan kuisisioner sebanyak 96 kuisisioner kepada konsumen ataupun pengguna produk kosmetik halal pada mahasiswa prodi MBS di IAIN KUDUS.

2. Dokumentasi

Proses pengumpulan data dan bahan yang dapat mendukung pembelajaran berupa buku, arsip, catatan, angka-angka tertulis, dan foto dikenal dengan istilah dokumentasi.²³ Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu foto produk, peraturan perundangan, data website dan sebagainya.

G. Teknik Analisis Data

Fokus analisis kuantitatif adalah pada pengujian hipotesis dengan menerapkan teknik statistik untuk analisis data dan mengkuantifikasi

²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 55.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 142.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 329.

variabel penelitian secara numerik.²⁴ Analisis kuantitatif terdiri dari uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

a. Uji kualitas data

Pengujian konsistensi dan akurasi data yang diperoleh melalui penggunaan alat penelitian berbasis kuesioner dikenal dengan pengujian kualitas data. Uji validitas dan reliabilitas dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas data penelitian.

1. Uji validitas

Pemeriksaan ini dimaksudkan untuk menetapkan akurasi dan presisi yang digunakan alat pengukur untuk memenuhi tujuannya. Agar menjadi alat ukur yang efektif, maka harus dapat mengukur objek yang diukur. Jumlah yang dikenal sebagai koefisien efektivitas menentukan efektivitas. R-hitung dan r-tabel dibandingkan dengan kondisi untuk melakukan validasi.

- 1) Jika r-hitung $>$ r-tabel, maka data valid;
- 2) Jika r-hitung $<$ r-tabel, maka data tidak valid.

2. Uji reliabilitas

Dalam penelitian ini menggunakan Program komputer yaitu SPSS 29 menggunakan nilai *Crobanch Alpha* untuk melakukan pengujian reliabilitas. Untuk nilai *Crobanch Alpha* berskala (1-5) atau rentang skor (1-n), nilai *Crobanch Alpha* digunakan (0-20, 0-50). Dan biasanya menggunakan batas seperti 0,6 saat pengujian. Reliabilitas 0,6 atau kurang dianggap buruk, 0,7 dianggap baik, dan 0,8 atau lebih dianggap baik.

b. Uji Asumsi Klasik

Untuk memenuhi asumsi regresi linier berganda yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian, sehingga dalam hal ini pengujian hipotesis asumsi klasik dapat dilakukan.²⁵ Uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas adalah beberapa uji hipotesis klasik yang digunakan dalam penelitian ini. Karena data dalam penelitian ini bersifat cross-sectional daripada data time-series, analisis autokorelasi tidak dilakukan. Ghazali menyebutkan karena "gangguan" dalam berbagai pengamatan dari berbagai orang atau kelompok,

²⁴ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 52.

²⁵ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 52.

masalah autokorelasi dalam data cross-sectional relatif jarang terjadi

1) Uji Normalitas

Uji normalitas model regresi digunakan untuk menentukan apakah nilai residual yang dihasilkan mengikuti distribusi normal. Nilai residu dari model regresi harus didistribusikan secara teratur. Uji normalitas lainnya melibatkan pemeriksaan distribusi data dari sumber diagonal pada grafik normal probability plot of regression standartlized residual atau skewness & kurtosis. Plot data residual akan dibandingkan dengan diagonal lurus yang dibentuk oleh distribusi normal. Ghozali mengklaim bahwa pilihan mendasar untuk pengujian normalitas dengan *probabilitas plot* adalah sebagai berikut:²⁶

- a) Jika data tersebar di sekitar diagonal dan searah dengan diagonal, atau jika histogram terdistribusi secara teratur, model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar menjauhi diagonal, tidak mengikuti orientasi diagonal, atau tidak terdistribusi teratur dalam histogram. Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Selain itu uji normalitas dalam penelitian ini juga menggunakan kolmogrov smirnov agar lebih meyakinkan hasilnya. Menurut Sugiyono (2017) bahwa dasar pengambilan keputusan uji normalitas sebagai berikut:²⁷

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka residual berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka residual tidak berdistribusi normal

2) Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menentukan apakah suatu model regresi menemukan atau tidak hubungan antar variabel yang dianggap independen satu sama lain. Masalah multikolinearitas muncul ketika ditemukan bahwa variabel independen berkorelasi satu sama lain. Meneliti nilai-nilai Tolerance and *Variance Inflation Factor* (VIF)

²⁶ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 163.

²⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2017)

dalam model regresi adalah metode yang paling sering digunakan saat pengujian.²⁸

Menurut Ghozali bahwa dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Tolerance variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
 2. Jika nilai Tolerance variabel lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas.
- 3) Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan apakah model regresi mengidentifikasi hubungan antara variabel independen (independen), digunakan uji multikolinearitas. Terdapat masalah multikolinearitas jika korelasi antara variabel independen ditemukan.²⁹ Pengujian nilai Tolerance and Variance Inflation Factor (VIF) dalam model regresi merupakan metode pengujian yang paling umum.

Dalam penelitian ini, scatterplot digunakan untuk mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas. Faktor-faktor berikut menginformasikan keputusan:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Glejser juga digunakan dalam uji heteroskedastisitas penelitian ini untuk memperkuat validitas temuan. Dengan meregresi residual absolut, uji Glejser adalah uji hipotesis yang digunakan untuk mendeteksi apakah model regresi menunjukkan bukti heteroskedastisitas. Berdasarkan keputusan :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas

²⁸ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 105.

²⁹ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 139.

- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heterokedastisitas

c. Uji Hipotesis

Hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan statistik parametrik. Metode statistik parametrik adalah metode analisis data dengan menggunakan parameter-parameter tertentu seperti mean, median, standar deviasi, distribusi data normal, dan lain sebagainya. Uji statistik parametrik yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Analisis linier berganda

Model regresi yang memperhitungkan lebih dari satu variabel independen disebut sebagai regresi linier berganda.

³⁰ Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk memastikan sifat dan besarnya dampak variabel independen terhadap variabel dependen.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = minat beli

a = Konstanta

b₁ = Koefisien

b₂ = Koefisien

b₃ = Koefisien

X₁ = label halal

X₂ = kesadaran halal

X₃ = iklan

e = error J.

2. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali, kemampuan suatu model dalam menjelaskan varians pada variabel dependen merupakan sesuatu yang dapat diukur dengan menggunakan koefisien determinasi. Pengujian ini dirancang untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel yang diuji. Ketika koefisien determinasi, R², sama dengan seratus persen, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika R² sama dengan nol, hal ini

³⁰ Jakaria, Yaya, *Mengelola Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS* (Jakarta: Alfabeta, 2006), 74.

menunjukkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel yang sedang diteliti (variabel terikat).³¹

Ketika nilai R^2 tinggi, ini menunjukkan bahwa variabel independen berhasil menjelaskan variabel dependen. Kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat semakin buruk dengan semakin rendahnya nilai R^2 . Beberapa hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 harus berkisar 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$)
- 2) Bila $R^2 = 1$ berarti terjadi kecocokan sempurna dari variabel independent menjelaskan variabel dependen
- 3) Bila $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungannya sama sekali antara variabel independent terhadap variabel dependen.

Karena nilai yang menjadi pertimbangan dalam analisis regresi berganda yang menggunakan banyak variabel bebas adalah nilai Adjusted R-Square.

3. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dimaksudkan untuk menentukan apakah variabel dependen dapat dijelaskan secara memadai dengan menggunakan semua variabel independen yang merupakan bagian dari model.³² Dalam penelitian saat ini, serangkaian uji dilakukan untuk memastikan apakah variabel yang menjadi subjek penyelidikan memiliki tingkat plausibilitas yang tinggi dan mampu menjelaskan kejadian yang diselidiki dengan menggunakan uji F.

Penelitian dilakukan dengan melihat ANOVA yaitu membandingkan regresi kuadrat rata-rata dengan kuadrat rata-rata residual, sehingga diperoleh hasil yang disebut Fhitung sebagai dasar pengambilan keputusan, kriteria uji yang dapat digunakan adalah:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05). Maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan apabila tingkat signifikansi $> \alpha$ Maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

³¹ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 7 (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 97.

³² Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2018), 98.

4. Uji t (Uji Parsial)

Uji-t, juga dikenal sebagai uji-t parsial, adalah uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen signifikan atau tidak. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu :

- 1) Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$ (5%) maka variabel independen berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen
- 2) Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan taraf signifikansi $> 0,05$ (5%) maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

