

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) adalah suatu pengamatan yang digunakan dalam penelitian yang mendetail untuk menentukan hasil yang optimal dengan latar belakang kondisi yang berlaku dan hubungan lingkungan atau korelasi individu, kelompok, masyarakat dan masyarakat yang ingin dicapai.<sup>1</sup> Penelitian lapangan yaitu pengamatan langsung terhadap subjek yang diteliti dan mendatangi responden mengenai permasalahan yang dihadapi subjek.<sup>2</sup>

#### 2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini mengharapkan pengumpulan data dalam bentuk angka, seperti nilai atau skor, frekuensi, atau data lain yang dapat diukur. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara statistik menggunakan SPSS. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis tertentu, serta memprediksi hubungan antara variabel-variabel. Oleh karena itu, penelitian kuantitatif sering dilakukan dalam skala besar dengan melibatkan jumlah responden yang signifikan.<sup>3</sup>

Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan data berbasis angka, seperti nilai, skor, atau frekuensi. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis tertentu. Pendekatan ini juga digunakan untuk memprediksi hubungan antara variabel-variabel tertentu. Salah satu syarat penting dalam penelitian kuantitatif adalah penggunaan sampel yang representatif, artinya sampel tersebut harus mewakili populasi yang lebih besar.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 46.

<sup>2</sup> Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Ekonesia, 2005), 14.

<sup>3</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 5.

<sup>4</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2009), 7.

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik atau sifat tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti. Populasi ini menjadi wilayah generalisasi di mana penelitian dilakukan dan dari mana kesimpulan dapat ditarik.<sup>5</sup> Populasi merupakan semua informasi yang mempengaruhi kita sampai batas tertentu dan pada waktu tertentu. Jika semua orang memberikan data, jumlah ukuran populasi sama dengan jumlah orang. Populasi adalah seluruh objek penelitian.<sup>6</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sirup Parijoto “Alammu” yang berada di Karesidenan Pati yang terdiri dari Kabupaten Kudus, Jepara, Pati, Blora, Grobogan dan Rembang.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian yang diambil dari populasi dalam penelitian. Sampel ini dipilih sedemikian rupa sehingga memiliki karakteristik yang mirip atau mendekati populasi secara keseluruhan. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang dapat mewakili populasi yang diamati tanpa harus mempelajari seluruh populasi tersebut.<sup>7</sup> Sampling bertujuan untuk memperoleh informasi tentang subjek yang diteliti dengan hanya mengamati sebagian dari populasi. Penentuan sampel juga bertujuan untuk mengevaluasi pengujian dan prediksi dari hipotesis yang dirumuskan.<sup>8</sup>

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non probability* sampling dengan metode *accidental sampling*. Metode ini merupakan jenis sampling yang memilih sampel berdasarkan ketersediaan dan kemudahan dalam mendapatkan individu yang menjadi bagian dari populasi yang diteliti. Dengan menggunakan teknik pengacakan, siapa saja yang memenuhi kriteria dapat digunakan sebagai sampel.<sup>9</sup> Dalam

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 62.

<sup>6</sup> I Made Sudarma Adiputra dkk, ‘Statistik Kesehatan Teori Dan Aplikasi’ (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 25  
<[https://www.google.co.id/books/edition/Statistik\\_Kesehatan\\_Teori\\_dan\\_Aplikasi%0A/XhgtEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=populasi+adalah&pg=PA25&printsec=f%0Arontco ver](https://www.google.co.id/books/edition/Statistik_Kesehatan_Teori_dan_Aplikasi%0A/XhgtEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=populasi+adalah&pg=PA25&printsec=f%0Arontco ver)>.

<sup>7</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 12.

<sup>8</sup> Mardalis, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 55-56.

<sup>9</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 94.

penelitian ini besarnya populasi tidak diketahui secara pasti.<sup>10</sup> Ketentuan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Masyarakat Karesidenan Pati.
- b. Laki-laki dan perempuan.
- c. Usia 17 tahun – 50 tahun.
- d. Pernah membeli produk Sirup Parijoto “Alammu”.

### C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah sifat-sifat dalam unit analisis penelitian atau sifat-sifat yang menjadi pokok penelitian. Dalam penelitian, nilai variabel penelitian diukur, dikumpulkan, dianalisis dan disimpulkan.<sup>11</sup> Pada penelitian ini menggunakan variabel penelitian sebagai berikut :

#### 1. Variabel independen (variabel bebas)

Variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau *antecedent* dalam penelitian ini merupakan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang memiliki pengaruh atau mempengaruhi perubahan pada variabel terikat atau dependen.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel bebas, yaitu *halal awareness* ( $X_1$ ), *brand image* ( $X_2$ ), dan *product quality* ( $X_3$ ).

#### 2. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel dependen, juga dikenal sebagai variabel terikat, adalah variabel yang dipengaruhi oleh atau merupakan hasil dari variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah pengambilan keputusan pembelian ( $Y$ ). Variabel ini merupakan hasil dari pengaruh variabel independen, seperti *halal awareness*, *brand image*, dan *product quality*.<sup>13</sup>

### D. Variabel Operasional

Variabel operasional adalah bagian yang mendefinisikan konsep/variabel sedemikian rupa sehingga dapat diukur dengan melihat dimensi (indikator) dari konsep/variabel tersebut. Dimensi ini dapat berupa perilaku, aspek atau ciri/sifat. Definisi operasional variabel bukanlah definisi teoretis, tetapi definisi yang mencakup ukuran variabel.<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 81.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 14.

<sup>12</sup> Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta ; Pustaka Pelajar, 2007), 62.

<sup>13</sup> Azwar , Saifuddin. *Metode Penelitian*, 62.

<sup>14</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 97.

**Tabel 3.1**  
**Variabel Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Dimensi	Skala
1.	<i>Halal Awareness</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Halal awareness</i> adalah tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan konsep halal.	a. Pengetahuan tentang halal b. Sadar akan halal c. Prioritas membeli produk halal d. Kebersihan dan keamanan produk	a. <i>Religious Belief</i> (Keyakinan Agama) b. <i>Role of Halal Certification</i> (Peran Sertifikasi Halal) c. <i>Exposure</i> (Paparan Informasi) d. <i>Health Reason</i> (Alasan Kesehatan)	Likert 1-5
2.	<i>Brand Image</i> (X <sub>2</sub> )	<i>Brand image</i> adalah keseluruhan persepsi konsumen mengenai merek atau bagaimana mereka mengetahuinya.	a. Citra Pembuat ( <i>Corporate Image</i> ) b. Citra Pemakai ( <i>User Image</i> ) c. Citra Produk ( <i>Product Image</i> )	a. <i>Brand Positioning</i> (Memosisian) b. <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merk) c. <i>Brand Values</i> (Nilai Merk)	Likert 1-5
3.	<i>Product Quality</i> (X <sub>3</sub> )	<i>Product Quality</i> adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan	a. Rasa yang enak b. Fitur produk c. Daya tahan kemasan	a. <i>Form</i> (Bentuk) b. <i>Performance</i> (Kinerja) c. <i>Features</i> (Fitur) d. <i>Conformance</i> (Ketetapan) e. <i>Durability</i> (Ketahanan) f. <i>Reliability</i> (Kehandalan) g. <i>Repairability</i>	Likert 1-5

		yang dinyatakan maupun tersirat.		(Kemudahan Perbaikan) h. <i>Style</i> (Gaya) i. <i>Design</i> (Desain)	
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen yaitu keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.	a. Sesuai kebutuhan b. Mempunyai manfaat c. Ketepatan dalam membeli produk d. Pembelian berulang	a. Pilihan Produk b. Pilihan Merek c. Pilihan Penyalur d. Penentuan Waktu Pembelian e. Jumlah Pembelian	<i>Likert</i> 1-5

Sumber : Nurcahyo dan Hudrasyah<sup>15</sup>, Simamora<sup>16</sup>, Kotler<sup>17</sup>, Philip Kotler dan Gary Armstrong<sup>18</sup>

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan dan memeriksa data dalam suatu penelitian.<sup>19</sup> Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

**1. Data Primer (Primary Data)**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung untuk memenuhi kebutuhan penelitian yang sedang dilakukan.<sup>20</sup> Data primer merujuk pada data yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara. Data ini dikumpulkan dengan tujuan khusus untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam

<sup>15</sup> Nurcahyo, A., & Hudrasyah, 'The Influence Of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention: A Study Of Instant Noodle Consumption Of College Students In Bandung', *Journal of Business and Management*, 6.1 (2017), 21–31.

<sup>16</sup> Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), 56.

<sup>17</sup> Philip kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1995).

<sup>18</sup> Kotler Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip Prinsip Pemasaran, Jilid Satu, Edisi Keduabelas* (Jakarta: Erlangga, 2008), 183.

<sup>19</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 159.

<sup>20</sup> Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 142.

penelitian yang sedang dilakukan.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data primer yang digunakan meliputi penggunaan kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan wawancara. Melalui metode-metode ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang relevan dan langsung dari responden atau objek penelitian untuk analisis lebih lanjut.

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (angket) adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian daftar pertanyaan kepada responden untuk mengumpulkan informasi. Dalam metode ini, responden diminta untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan yang diajukan.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan model skala *Likert*. Skala *Likert* adalah jenis skala yang dirancang untuk mengukur tindakan, pendapat, atau pandangan seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial.<sup>23</sup> Bentuk jawaban dari responden dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Skor Penilaian**

No	Jawaban	Bobot
1.	Sangat tidak setuju (STS)	Skor 1
2.	Tidak setuju (TS)	Skor 2
3.	Netral (N)	Skor 3
4.	Setuju (S)	Skor 4
5.	Sangat setuju (SS)	Skor 5

Sumber : Syofian Siregar<sup>24</sup>

b. Observasi (Pengamatan)

Metode observasi adalah suatu pendekatan dalam pengumpulan data yang melibatkan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang terjadi dalam penelitian. Dalam metode ini, peneliti secara langsung mengamati objek penelitian dan mencatat informasi yang relevan. Observasi dapat dilakukan secara langsung atau tidak

<sup>21</sup> Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, 142.

<sup>22</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2009), 140.

<sup>23</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Buku Daros, 2009), 163.

<sup>24</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Mnaual Dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 50.

langsung.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini, metode observasi digunakan dengan melakukan observasi langsung ke tempat produksi Sirup Parijoto "Alammu". Metode observasi ini akan digunakan dalam memperoleh data pada proses pengisian kuesioner.

c. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan dialog langsung antara peneliti dan responden dengan tujuan mengumpulkan informasi yang relevan.<sup>26</sup> Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam survei pendahuluan, di mana peneliti dapat memperoleh gambaran awal tentang topik yang akan diteliti. Selain itu, wawancara juga berguna untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dan mendalam dari responden, serta memahami perspektif dan pengalaman mereka secara lebih mendalam.<sup>27</sup>

## 2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk tujuan lain dan sudah ada sebelumnya.<sup>28</sup> Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara dan umumnya merupakan sumber data yang sudah ada sebelumnya. Ini dapat mencakup bukti, catatan, atau laporan historis yang tersusun dalam arsip. Data sekunder dapat berupa data yang telah dipublikasikan, seperti dalam publikasi atau laporan, maupun data yang tidak dipublikasikan.<sup>29</sup> Dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang digunakan adalah dokumentasi yang telah ada sebelumnya.

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dokumen-dokumen dari berbagai sumber sebagai sumber data sekunder.<sup>30</sup> Metode dokumentasi digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan informasi melalui pengambilan foto, gambar, dan bahan-bahan lain yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi penelitian dapat mencakup pengambilan gambar oleh peneliti sebagai bentuk dokumentasi visual yang memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi ini berperan sebagai informasi pendukung yang digunakan dalam penelitian

<sup>25</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 58.

<sup>26</sup> Suliyanto, , *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), 137.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 137.

<sup>28</sup> Sigit Hermawan dan Amirullah Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, 142.

<sup>29</sup> Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, 143.

<sup>30</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 114.

untuk memberikan pemahaman yang lebih lengkap dan mendalam tentang subjek penelitian yang sedang dilakukan.<sup>31</sup>

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan yang memecah suatu masalah atau objek penelitian menjadi beberapa bagian. Analisis data adalah proses pengolahan data yang bertujuan untuk menghasilkan informasi yang bermanfaat dan dapat dipahami. Melalui analisis data, sifat-sifat dan karakteristik data dapat diidentifikasi dan digunakan untuk memberikan jawaban terkait dengan tujuan penelitian.<sup>32</sup> Dalam penelitian ini, terdapat beberapa teknik analisis data yang digunakan, antara lain :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran dapat mengukur konstruk yang dimaksud dengan akurat. Tujuan dari uji validitas adalah untuk menentukan sejauh mana pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam kuesioner benar-benar mewakili konstruk yang ingin diukur. Dalam konteks penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menilai apakah kuesioner yang digunakan benar-benar valid dalam mengukur konsep yang ingin diteliti.<sup>33</sup>

Kriteria penentuan dalam uji Validitas adalah sebagai berikut :

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  maka dinyatakan valid.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka dinyatakan tidak valid.<sup>34</sup>

### 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah prosedur yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen pengukuran (seperti kuesioner) konsisten dan dapat diandalkan dalam menghasilkan hasil yang sama atau serupa jika diulang pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas bertujuan untuk menentukan seberapa akurat dan konsisten pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mengukur variabel yang dimaksud.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk

---

<sup>31</sup> Nurhadi dkk, *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 133.

<sup>32</sup> Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3X Baca* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 103.

<sup>33</sup> Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Jakarta: Guepedia, 2021), 7-8.

<sup>34</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 76.

mengevaluasi sejauh mana pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner menghasilkan jawaban yang konsisten dari responden. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *cronbach's alpha* yang menghitung koefisien reliabilitas. Nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,70 menunjukkan reliabilitas yang tinggi, artinya pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner cenderung menghasilkan hasil yang konsisten.<sup>35</sup>

### 3. Uji Pra Syarat (Uji Asumsi Klasik)

Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian statistik yang digunakan untuk memeriksa apakah asumsi dasar dalam model regresi linier terpenuhi. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik adalah sebagai berikut.<sup>36</sup>

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah data pengamatan dalam model regresi, baik variabel bebas maupun terikat, mengikuti distribusi normal atau tidak. Terdapat beberapa metode yang digunakan dalam uji normalitas, antara lain:

- 1) Histogram: Dalam histogram, data pengamatan dibandingkan dengan distribusi yang mendekati normal. Jika bentuk histogram menyerupai kurva lonceng atau kurva normal, maka data dianggap berdistribusi normal.
- 2) Normal probability plot (grafik probabilitas normal): Grafik ini membandingkan distribusi kumulatif dari data pengamatan dengan distribusi normal. Jika data berdistribusi normal, maka garis yang dihasilkan akan mengikuti garis diagonal atau hampir sejajar dengannya.<sup>37</sup>
- 3) Metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* : Dalam menentukan normal atau tidaknya suatu data residual, dilakukan dengan mengevaluasi nilai signifikannya, kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan. Dikatakan berdistribusi normal jika signifikan  $> 0,05$  dan sebaliknya jika signifikan  $< 0,05$  dinyatakan tidak berdistribusi normal.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2016), 48.

<sup>36</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (New Edition, Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian)* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 108.

<sup>37</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 9th edn (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2018), 161.

<sup>38</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 225.

## b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk memeriksa adanya hubungan linier yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Tujuan uji ini adalah untuk memastikan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas yang dapat mempengaruhi hasil analisis.

Salah satu metode yang umum digunakan dalam uji multikolinieritas adalah dengan mengukur *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance dari setiap variabel independen. Jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

Dengan menguji VIF dan nilai tolerance, peneliti dapat menentukan apakah terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi. Jika tidak terdapat masalah multikolinieritas, maka hasil analisis regresi dapat dianggap valid dan dapat digunakan untuk penafsiran lebih lanjut.<sup>39</sup>

## c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah suatu kondisi yang mengkorelasikan pengamatan yang diurutkan berdasarkan deret waktu (*time series*). Model regresi yang baik tidak memerlukan autokorelasi. Deteksi autokorelasi menggunakan uji *Durbin Watson* (uji DW) dengan hasil sebagai berikut:

- $dU < dW < 4-dU$  maka  $H_0$  diterima, berarti tidak terjadi autokorelasi.
- $dW < dL$  atau  $dW > 4-dL$  maka  $H_0$  ditolak, berarti terjadi autokorelasi.
- $dL < dW < dU$  atau  $4-du < dW < 4-dL$ , berarti tidak ada kepastian.<sup>40</sup>

## d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah terdapat ketidaksamaan dalam varians residual model regresi. Varians residual yang tidak konstan menunjukkan adanya heteroskedastisitas.<sup>41</sup> Pada analisis heteroskedastisitas, *scatterplot residual* sering digunakan untuk memvisualisasikan

---

<sup>39</sup> Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007), 97.

<sup>40</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), 123.

<sup>41</sup> Duwi Priyanto, *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Tanya Jawab Ujian Pendarasan* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 67.

pola yang mungkin ada. Beberapa pola yang menandakan adanya heteroskedastisitas antara lain:

- Pola titik-titik yang membentuk pola tertentu, seperti bergelombang, melebar, lalu menyempit.
- Pola yang menunjukkan perubahan variabilitas pada rentang nilai tertentu.

Namun, jika *scatterplot* tidak menunjukkan pola yang jelas dan titik-titik pada sumbu Y (residual) tidak memiliki pola memanjang ke atas dan ke bawah 0, ini menunjukkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Dalam model regresi yang baik, asumsi homoskedastisitas terpenuhi, yang berarti varians residual tetap konstan di semua level variabel independen.<sup>42</sup>

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah teknik statistik yang menggunakan koefisien parameter untuk mengetahui regresi yang digunakan sehingga dapat diinterpretasikan secara tepat dan efisien.<sup>43</sup> Regresi linier berganda digunakan ketika ada lebih dari satu variabel independen. Sebaliknya, bila jumlah variabel independennya hanya satu, disebut juga regresi linier sederhana.<sup>44</sup> Bentuk persamaan garis regresi berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)  
 a = Konstanta  
 b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel X1 (*Halal Awareness*)  
 b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel X2 (*Brand Image*)  
 b<sub>3</sub> = Koefisien regresi variabel X3 (*Product Quality*)  
 X<sub>1</sub> = Variabel independen (*Halal Awareness*)  
 X<sub>2</sub> = Variabel independen (*Brand Image*)  
 X<sub>3</sub> = Variabel independen (*Product Quality*)  
 e = Standar error (faktor lain diluar penelitian)

<sup>42</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 44-45.

<sup>43</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001), 269.

<sup>44</sup> Hironymus Ghodang and Hantono, *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi Dan Jalur Dengan SPSS* (Medan: Mitra Grup, 2020), 90.

## b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel independen (variabel bebas) menjelaskan variasi atau perubahan pada variabel dependen (variabel terikat).  $R^2$  dapat diinterpretasikan sebagai persentase variasi pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas.<sup>45</sup>

$R^2$  memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Nilai  $R^2$  yang lebih besar menunjukkan bahwa variabel bebas secara lebih baik menjelaskan variasi pada variabel terikat. Jika  $R^2$  mendekati 1, maka variabel bebas mampu menjelaskan sebagian besar variasi pada variabel terikat. Sebaliknya, jika  $R^2$  mendekati 0, maka variasi pada variabel terikat tidak banyak dijelaskan oleh variabel bebas.<sup>46</sup>

## c. Uji Kelayakan Penelitian (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi signifikansi secara bersama-sama dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model regresi. Uji F bertujuan untuk menentukan apakah model yang dianalisis secara keseluruhan memiliki kecocokan atau validitas dalam menjelaskan peristiwa atau fenomena yang sedang dipelajari.<sup>47</sup> Pada uji F, digunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 sebagai batasan untuk menentukan apakah hasil pengujian memiliki signifikansi statistik atau tidak. Dalam pengujian ini, nilai  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$  yang terdapat dalam tabel Analisis Varian (*Analysis of Variance*).<sup>48</sup>

## d. Uji t (Signifikan Parameter Parsial)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji secara signifikan pengaruh parsial dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji t. Berikut adalah metode yang digunakan dalam uji t<sup>49</sup> :

a) Membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ . Ketentuannya adalah sebagai berikut :

1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya terjadi penolakan  $H_0$ .

<sup>45</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*, 87.

<sup>46</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*, 87.

<sup>47</sup> Wiratna Sujarweni, Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 162.

<sup>48</sup> Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus, Dan Solusi: Edisi 2*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), 72.

<sup>49</sup> Duwi Priyanto, *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Tanya Jawab Ujian Paddockaran* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 68.

- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  artinya terjadi penerimaan  $H_0$ .
- b) Melihat angka probabilitas (sig). Ketentuannya adalah sebagai berikut :
  - 1) Apabila nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka variabel bebas terhadap variabel terikat dinyatakan tidak signifikan atau ditolak.
  - 2) Apabila nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka variabel bebas terhadap variabel terikat dinyatakan signifikan atau diterima.<sup>50</sup>



---

<sup>50</sup> Duwi Priyanto, *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Tanya Jawab Ujian Pendarasan* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 68.