

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam konteks penelitian, mencari, menginspeksi, atau mengamati situasi secara menyeluruh merujuk pada kegiatan penelitian. Sebaliknya, metode adalah disiplin ilmu yang berkaitan dengan cara-cara melakukan suatu tindakan atau proses. Berbagai jenis metode penelitian dapat diterapkan, bergantung pada tujuan utama atau ruang lingkup penelitian, serta lokasi pelaksanaannya, tujuan keseluruhan, tingkat kompleksitas permasalahan yang dihadapi, durasi penelitian, aktivitas yang dilakukan, penggunaan hipotesis, jenis permasalahan yang dihadapi, serta karakteristik analisis antar variabelnya.<sup>1</sup>

Peneliti memilih jenis penelitian lapangan berdasarkan lokasi tempat penelitian dilakukan. Penelitian lapangan merupakan metode penelitian yang dilaksanakan di lapangan atau di lokasi sebenarnya di mana objek penelitian tersebut berada, untuk mengkaji aspek-aspek kehidupan nyata dari objek yang tengah diteliti. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif untuk menghimpun data dalam bentuk angka. Data statistik digunakan untuk menjawab pertanyaan serta menguji hipotesis yang terkait dengan hubungan antara variabel-variabel yang sedang diinvestigasi atau diteliti.<sup>2</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengumpulkan angka dan menggunakan data statistik untuk menjawab pertanyaan dan hipotesis mengenai hubungan antara variabel.<sup>3</sup>

### B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa Toko Kosmetik yang menjual MS Glow Di Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Sasarannya yaitu customer atau konsumen dari MS Glow Di Kabupaten Kudus.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi menyinggung keseluruhan artikel atau mata pelajaran yang menunjukkan kualitas luar biasa dalam lingkup wilayah ujian. Istilah populasi dapat diartikan keseluruhan atau seluruhnya yang terdiri atas barang-barang atau mata pelajaran

---

<sup>1</sup> “Wachyu Hidayat Riyanto dan Ahmad Mohyi, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 12-20.”

<sup>2</sup> “Wachyu, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, 18.”

<sup>3</sup> “Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Stain Kudus, 2009), 7.”

yang menunjukkan ciri-ciri dan kualitas tertentu yang ada pada wilayah ujian.<sup>4</sup> Terdapat dua jenis populasi berdasarkan ukurannya. Populasi yang terbatas (finite) adalah sekelompok objek atau individu yang menjadi fokus penelitian dan berlokasi dalam suatu wilayah dengan batas yang jelas, yang memisahkan mereka dari populasi lainnya. Sementara itu, populasi yang tak terbatas (infinite) adalah sekelompok objek atau individu yang menjadi subjek penelitian dan tidak terbatas oleh wilayah atau jumlah kasus yang dapat diukur.<sup>5</sup> Pada penelitian ini berdasarkan data yang diambil, populasinya adalah customer atau konsumen MS Glow Di Kabupaten Kudus terhitung dari tahun 2022 yaitu berjumlah 1914 customer.<sup>6</sup>

## 2. Sampel

Dalam penelitian, sampel terdiri dari kumpulan beberapa representasi dari populasi atau bagian populasi tertentu, dan setiap representasi dari populasi tersebut dianggap sebagai sampel.<sup>7</sup>

Eksplorasi ini menerapkan strategi pemeriksaan kemungkinan. Strategi pengujian ini menjamin bahwa setiap komponen atau individu dari masyarakat mempunyai kemungkinan yang setara untuk dipilih sebagai contoh. Sistem pengujian dilakukan secara sembarangan dengan menggunakan strategi pengujian yang sederhana dan tidak teratur, yang berarti bahwa contoh diambil secara sembarangan tanpa berfokus pada lapisan masyarakat yang berbeda. Analisis memberikan contoh tindakan karena Ibu Sparkle berada di Rezim Kudus.

Ada banyak teknik atau resep yang dapat digunakan untuk mengikuti atau memastikan jumlah tes. Para ilmuwan memutuskan untuk menggunakan persamaan Solving yang dibuat oleh Taro Yamane pada tahun 1973. Dengan Rumus dari perhitungan yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa ukuran sampel penelitian dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% adalah sekitar 95,03. Sehingga Peneliti memutuskan untuk membulatkannya menjadi 95 responden.

$$n = \frac{N}{1+N^2} \text{ atau } n = N/(1+(N(e)^2)$$

<sup>4</sup> “Azuar Juliandi. dkk., *Metode Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Prees, 2014), 51.”

<sup>5</sup> “Budiono dan Wahyu Koster, *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 363.”

<sup>6</sup> “Siska Nuna, Wawancara Oleh Penulis, 20 Agustus 2023, Wawancara.”

<sup>7</sup> “Azuar Juliandi, dkk., *Metode Penelitian Bisnis*, 51

Keterangan :

- N = populasi sejumlah 1.914 orang  
 e = error margin atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi sebesar 10%  
 n = jumlah sampel

dalam penelitian ini dapat diketahui populasinya sebesar 150 orang. Berdasarkan rumus Solvin di atas maka sejumlah sampel dapat diketahui sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= N/(1+(N(e)^2)) \\ &= 1914 / (1+ (1914 (0,10)^2)) \\ &= 1914 / (1+ (1914 x 0.001)) \\ &= 1914 / (1+ 19,14) \\ &= 1914 / 20,14 \\ &= 95,03 \end{aligned}$$

#### D. Identifikasi Variabel

Sifat, sifat, gambaran, sifat atau simbol yang dapat direnungkan dan dipisahkan serta mempunyai berbagai sifat disebut faktor.<sup>8</sup> Oleh karena itu, segala sesuatu yang memiliki nilai yang berbeda dapat digunakan sebagai variabel penelitian. Sifat, sifat, simbol, sifat atau lambang yang dapat dipelajari dan dibedakan serta mempunyai nilai yang berbeda-beda disebut variable:

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

^Faktor bebas merujuk pada unsur-unsur yang memiliki potensi memengaruhi berbagai faktor lain, yang dikenal sebagai faktor ketergantungan. Faktor bebas berperan sebagai elemen-elemen yang dapat menyebabkan perubahan pada variabel ketergantungan. Dalam penelitian ini, terdapat tiga faktor otonom yang diidentifikasi oleh para analis, yaitu Halal Produk (X1), harga (X2), dan E-WOM (X3).

##### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah suatu variabel yang mendapat pengaruh dari faktor-faktor lainnya, sedangkan variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau memicu perubahan dalam variabel terikat. Fokus penelitian sering kali tertuju pada variabel terikat, karena variabel ini dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya.<sup>9</sup> Peneliti menggunakan satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

<sup>8</sup> "Azuar Juliandi, dkk., *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Medan: Media Inn, 2013), 24."

<sup>9</sup> "Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 22."

**E. Variabel Operasional**

Variabel operasional merinci bagaimana setiap variabel akan diukur atau diuji dengan menggunakan standar, indikator, atau alat yang relevan. Ini adalah cara praktis untuk mengukur variabel tersebut dan bukan definisi teoritis yang terdapat dalam bagian teori.<sup>10</sup>

Definisi dari variabel operasional pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

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

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Referensi</b>
Halal produk (X1)	Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 di Indonesia, produk halal didefinisikan sebagai produk yang mematuhi prinsip-prinsip syariat Islam dan tidak mengakibatkan dosa. Kategori produk halal melibatkan makanan, obat-obatan, kosmetik, dan jenis produk lainnya, yang dianggap halal jika penggunaannya tidak bertentangan	Indikator nya adalah sebagai berikut : Halal secara fisik, proses pembelian, dan pemrosesan, Aman untuk disimpan, Terpercaya dalam pengangkutan nya, dan Sederhana dalam penyajiannya.	<b>Buku :</b> Pedoman Fatwa Produk Halal, yang diterbitkan oleh Departemen Agama RI pada tahun 2003, dapat ditemukan di hal 22. <b>Jurnal :</b> “ <a href="https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings">https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings</a> ,”. Dan Sofyan Hasan, Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi di Indonesia., 136-145.”

<sup>10</sup> “Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 113.”

	dengan ajaran Islam. Sebaliknya, produk sejenis dianggap haram jika penggunaannya akan mendatangkan azab dari Allah SWT.		
Harga (X2)	Harga mencakup total uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau layanan, serta nilai yang dirasakan oleh konsumen setelah mereka melakukan pembelian atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Selain itu, konsep harga juga melibatkan jumlah uang keseluruhan yang harus dibayarkan untuk memperoleh	Beberapa penanda atau petunjuknya mencakup: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan harga yang terjangkau dan ekonomis.</li> <li>2. Menetapkan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan dan lebih terjangkau dibandingkan dengan merek lain.</li> <li>3. Menetapkan harga yang rasional bila dibandingkan dengan kualitas produk.</li> <li>4. Menawarkan penurunan harga untuk</li> </ol>	<b>Buku :</b> Philip Kotler, <i>Manajemen Pemasaran buku satu</i> (Jakarta: Selemba Empat, 1994), 16. <b>Jurnal :</b> Linda Kurniawati, "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Muamalah IAIN Ponorogo

	kombinasi produk dan layanan tertentu.	produk tertentu.	
<i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) (X3)	E-WOM adalah sumber informasi yang dapat diandalkan yang bersifat netral atau tidak memihak dan memiliki kemampuan untuk membentuk harapan pelanggan, mempengaruhi sikap mereka, mempengaruhi keputusan pembelian, dan melakukan evaluasi setelah penggunaan produk.	Indikatornya adalah Keandalan, Daya Tanggap dan Empati	<p><b>Buku :</b> Kotler, P Dan Amstrong. 2018. Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.</p> <p><b>Jurnal :</b> Ni Made Arie Sulistyawati “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar” <i>Jurnal Manajemen Unud, No. 8 (2015): 2318.</i></p>
Kepuasan konsumen (y)	Kepuasan atau ketidakpuasan individu yang timbul akibat perbandingan dan relasinya dengan kinerja atau hasil	Indikatornya adalah: Kesesuaian harapan, Minat untuk kembali berkunjung, dan	<p><b>Buku :</b> Fandi, Tjiptono, “service Quality &amp; satisfaction edisi 3”,(Yogyakarta: penerbit Andi, 2014), 101.</p> <p><b>Jurnal :</b></p>

	<p>suatu produk. Bisa muncul rasa kecewa ataupun puas terhadap produk.</p>	<p>Kesediaan untuk memberikan rekomendasi.</p>	<p>Achmad Charis Chumaidi, Emilia Pranata, Nugroho Sumedi, dan Aria Pandu Wicaksono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Ms Glow Di Kota Lamongan."</p>
--	----------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**F. Teknik Pengumpulan Data**

**1. Metode kuesioner (angket)**

Strategi survei, atau disebut jajak pendapat, adalah metode eksplorasi di mana ilmuwan membuat daftar pertanyaan untuk diberikan kepada responden untuk mengetahui pendapat mereka tentang variabel yang telah ditentukan. Angket terbuka memberikan responden kebebasan untuk menjawab pertanyaan tanpa pilihan jawaban, sedangkan angket tertutup memberikan pilihan jawaban.<sup>11</sup> Disini ilmuwan menggunakan survei tertutup dengan keputusan jawaban yang telah diatur oleh spesialis sehingga responden tinggal memilih salah satu dari pilihan yang telah diberikan oleh ilmuwan.

Dalam Teknik Survei untuk mengukur informasi, para ilmuwan menggunakan perangkat penelitian skala Likert. Para ilmuwan dapat menggunakan skala Likert untuk menentukan persepsi atau sentimen individu tentang keanehan sosial yang berkelanjutan. Peneliti telah menetapkan atau mengidentifikasi fenomena sosial ini, yang nantinya akan menjadi variabel penelitian. Skala Likert ini dapat diubah menjadi indikator variabel, yang menjadi langkah awal dalam merumuskan pertanyaan atau pernyataan penelitian.

Dalam skala Likert ini, responden diberikan pilihan jawaban yang mencakup rentang dari sangat positif hingga sangat negatif. Opsi jawaban melibatkan:

- a. Pemberian nilai 5 untuk kategori "Sangat Setuju"
- b. Pemberian nilai 4 untuk kategori "Setuju"
- c. Pemberian nilai 3 untuk kategori "Netral"

<sup>11</sup>"Azuar, *metodologi penelitian bisnis*, 69."

- d. Pemberian nilai 2 untuk kategori "Tidak Setuju"
- e. Pemberian nilai 1 untuk kategori "Sangat Tidak Setuju"

Skala Likert dapat berbentuk pernyataan atau pertanyaan, dan bisa menggunakan format pilihan ganda atau kotak centang.<sup>12</sup> Dari uraian ini, terlihat bahwa studi ini mengandalkan informasi langsung sebagai sumber utama, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti pada tahap awal. Sebagai hasilnya, peneliti memilih untuk menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan data tersebut.<sup>13</sup>

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas Instrumen

Validitas merupakan istilah lain yang mengacu pada akurasi, kebenaran, ketepatan, dan ketelitian suatu instrumen. Uji validitas dilakukan oleh seorang peneliti untuk mengevaluasi sejauh mana alat yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian mencerminkan kebenaran dan akurasi.

Jika instrumen ini valid, maka hasil pengukurannya juga valid. Peneliti membuat instrumen sendiri dengan merancang serangkaian pertanyaan yang relevan dengan pandangan responden. Untuk memastikan bahwa instrumen ini benar dan memiliki dasar yang logis, pertanyaan-pertanyaan disusun berdasarkan teori yang telah ada sebelumnya. Kemudian, spesialis memberikan instrumen ini sebagai pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Setelah responden memberikan reaksi, instrumen tersebut dapat dikembalikan kepada ilmuwan untuk diuji legitimasinya.<sup>14</sup>

#### b. Uji Reabilitas Instrumen

Istilah terpercaya, andal, dan stabil merujuk pada konsep reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan oleh peneliti untuk menilai apakah instrumen penelitian yang mereka gunakan dapat diandalkan. Ketika instrumen yang digunakan dalam mengukur variabel penelitian memiliki reliabilitas yang tinggi dan dapat diandalkan, hasil penelitian juga memiliki tingkat keandalan dan kepercayaan yang tinggi.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> "Sugiyono, *metode penelitian bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012),132-133."

<sup>13</sup> "Sugiyono, *metode penelitian bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012),132-135."

<sup>14</sup> "Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 77."

<sup>15</sup> "Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 80."

Jika ada tingkat konsistensi yang baik, suatu tes dapat dianggap reliabel. Konsistensi yang baik berarti bahwa hasil tes selalu konsisten dalam berbagai kondisi. Oleh karena itu, harus konsisten dan tegas. Penilaian reliabilitas dalam penelitian kuantitatif bergantung pada standarisasi alat ukur yang digunakan.<sup>16</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah distribusi variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Keputusan terkait uji normalitas didasarkan pada perbandingan antara nilai Lhitung dan nilai Ltabel, dimana  $H_0$  (hipotesis nol) ditolak jika nilai Lhitung  $>$  Ltabel, dan diterima jika nilai Lhitung  $<$  Ltabel.<sup>17</sup> Prosedur untuk melakukan pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

- 1) Buka menu "Analyze"
- 2) Pilih opsi "Nonparametric Test"
- 3) Pilih "1 Sampel K-S"
- 4) Pindahkan variabel yang ingin diuji ke kolom yang sesuai
- 5) Centang pilihan "Normal"
- 6) Klik "Ok" untuk menyelesaikan proses.

Untuk menilai apakah suatu distribusi bersifat normal atau tidak, dapat dinilai dari tingkat signifikansi probabilitas Kolmogorov-Smirnov. Suatu distribusi dikategorikan sebagai normal apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) dari uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari  $\alpha$  0,05.<sup>18</sup> Hasil penelitian yang baik adalah ketika setelah diuji normalitas, distribusi variabel variabel dalam penelitian menunjukkan hasil yang normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Dalam model regresi, uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen. Untuk keadaan ini, nilai VIF (Difference Expansion Element) sebaiknya

<sup>16</sup> "Nurlina, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial* (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 91."

<sup>17</sup> "Murwani, *Statistik Inferensial Terapan Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Malang: UIN Malang, 2001), 20."

<sup>18</sup> "Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 161."

berada pada kisaran minimal 4 atau 5.<sup>19</sup> Dengan demikian, multikolinearitas dianggap tidak terjadi pada variabel independen jika nilai ROE dan ROA tidak melampaui batas yang telah ditetapkan, yaitu 5.<sup>20</sup> Hasil penelitian yang dianggap baik adalah ketika uji multikolinearitas menunjukkan bahwa multikolinearitas tidak ada.

### c. Uji Heterokedastisitas

Peneliti melakukan uji heterokedastisitas untuk menilai apakah model regresi mengalami ketidakseragaman dalam varians residual antara berbagai pengamatan. Jika varians residual tetap konstan dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, disebut sebagai homoskedastisitas atau ketiadaan heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai varians residual berubah, itu disebut heteroskedastisitas. Hasil yang diinginkan adalah hasil positif, menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.<sup>21</sup>

Untuk mengidentifikasi heterokedastisitas, perhatikan pola titik-titik data. Pola yang menunjukkan pola teratur dalam penyebaran data menandakan adanya heterokedastisitas, sementara pola yang tidak teratur atau data yang tersebar di atas dan di bawah nilai nol pada sumbu Y mengindikasikan ketiadaan heterokedastisitas.<sup>22</sup> Uji Glejser merupakan metode tambahan untuk menguji heteroskedastisitas. Pendekatannya melibatkan regresi variabel independen terhadap nilai absolut residual. Kriteria untuk membuat kesimpulan, yang dapat ditemukan dalam tabel koefisien, adalah bahwa tidak ada heteroskedastisitas jika nilai t pada probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05.

## 3. Teknik Analisis Data

### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menentukan adanya hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen. Fokus utama analisis ini adalah untuk memahami bagaimana variabel bebas

<sup>19</sup> “Hines dan Montgomery, *Probabilitas dan Statistik dalam Ilmu Rekayasa dan Manajemen* (Jakarta: UI Pers, 1990), 701.”

<sup>20</sup> “Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 161.”

<sup>21</sup> “Arief dan Sritua, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Universitas Indonesia, 1993), 217.”

<sup>22</sup> “Santoso dan Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2000), 29.”

berhubungan dengan variabel terikat, tanpa memperhatikan apakah hubungan tersebut menunjukkan korelasi positif atau negatif.<sup>23</sup> Dalam analisis regresi linear berganda dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y : kepuasan konsumen  
 a : konstanta  
 b<sub>1</sub> : koefisien regresi lokasi  
 b<sub>2</sub> : koefisien regresi kualitas pelayanan  
 b<sub>3</sub> : koefisien regresi kepercayaan  
 X<sub>1</sub> : halal produk  
 X<sub>2</sub> : harga  
 X<sub>3</sub> : *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*  
 e : standar eror

Penulis dapat memanfaatkan nilai statistik t, nilai statistik F, dan nilai koefisien determinasi untuk mengevaluasi ketepatan model regresi pada sampel dan untuk melakukan perkiraan nilai.<sup>24</sup>

#### b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel terikat (Y) secara signifikan dipengaruhi oleh satu atau lebih variabel bebas (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub>). Konsekuensi dari berbagai investigasi kekambuhan langsung menghasilkan koefisien t yang menunjukkan apakah dampak ini penting atau tidak.<sup>25</sup> Para ilmuwan akan mengevaluasi apakah faktor-faktor seperti kualitas barang, biaya, dan cara hidup mempengaruhi pilihan pembelian. Dalam melakukan uji t, digunakan rumus hipotesis sebagai berikut:

##### 1) Hipotesis 1

Ho : tidak ada pengaruh antara halal produk terhadap kepuasan konsumen

H1 : ada pengaruh antara halal produk terhadap kepuasan konsumen

<sup>23</sup> “Dwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2002), 761.”

<sup>24</sup>“V. Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,20015) 160.”

<sup>25</sup>“Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 66.”

- 2) Hipotesis 2  
 Ho : tidak ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen  
 H2 : ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen
- 3) Hipotesis 3  
 Ho : tidak ada pengaruh antara *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap kepuasan konsumen  
 H3 : ada pengaruh antara *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap kepuasan konsumen

Kesimpulannya sebagai berikut :

- 1) Menggunakan taraf signifikan 0,05
  - Jika Sig > 0,05 berarti Ho diterima dan Ha ditolak
  - Jika Sig < 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima
- 2) Menggunkan t hitung dan t table
  - Jiika t hitung > t table berarti Ho ditolak dan Ha diterima
  - Jika t hitung < t table berarti Ho diterima dan Ha ditolak.<sup>26</sup>

#### c. Uji Statistik F (Uji Signifikan Simultan)

Dalam Uji Terukur F, para ilmuwan akan menganalisis seberapa besar pengaruh faktor otonom (X1, X2, dan X3) secara agregat terhadap variabel dependen (Y). Alasan dilakukannya uji F adalah untuk menguji arti seberapa besar pengaruh faktor-faktor otonom terhadap variabel dependen. Uji F, yang hampir sama dengan uji t, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Ho dan Ha, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

Ho : tidak ada pengaruh secara Bersama-sama antara halal produk, harga dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap kepuasan konsumen.

Ha : ada pengaruh secara Bersama-sama antara halal produk, harga dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* erhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulannya sebagai berikut:

- 1) Menggunakan taraf signifikan 0,05
  - Jika Sig > 0,05 berarti Ho diterima dan Ha ditolak
  - Jika Sig < 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima

---

<sup>26</sup>V. Wiratma, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 161-162.”

- 2) Menggunakan F hitung dan F table
  - jika F hitung  $>$  F table berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - jika F hitung  $<$  F table berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>27</sup>

#### d. Uji Koefisien Determinasi

Peneliti melakukan analisis determinan untuk mengukur sejauh mana pengaruh dari variabel-variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara 0 dan 1. Jika nilai  $R^2$  adalah 0, itu mengindikasikan bahwa variabel independen tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap variasi dalam variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  adalah 1, ini berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan seluruh variasi dalam variabel dependen atau memiliki kemampuan penuh untuk menggambarkan hubungan antara keduanya sebesar 100%. Hasil analisis dapat ditemukan dalam hasil dari model penjelasan dalam analisis regresi linear berganda.<sup>28</sup>

### H. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses pengolahan data yang bertujuan untuk mengidentifikasi informasi yang signifikan, yang dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan untuk mengatasi suatu permasalahan. Untuk membandingkan variabel independen dan dependen yang berbeda, data penelitian ini akan dievaluasi dengan menggunakan metode statistik menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23.

SPSS adalah sebuah perangkat lunak yang dirancang untuk melakukan analisis data serta perhitungan statistik, baik yang bersifat parametrik maupun non-parametrik. Kelebihan utama dari SPSS terletak pada kemampuannya untuk memberikan kemudahan dalam melakukan perhitungan statistik, sehingga sangat cocok digunakan untuk analisis penelitian dengan jumlah variabel yang lebih kompleks. Dengan kemampuan analisis statistik yang tinggi, SPSS menjadi alat yang efektif dan efisien dalam mendukung penelitian dengan tingkat kompleksitas variabel yang tinggi.

<sup>27</sup>“V. Wiratma, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 162-164.”

<sup>28</sup>“Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 68.”