

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis pada penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *field research*/ penelitian lapangan. Dimana jenis penelitian *field research* ini akan digunakan sebagai sumber utama untuk menjawab rumusan masalah yang sedang terjadi di lapangan, yang memiliki arti bahwa rumusan masalah akan menemukan jawabannya apabila data-data yang perlu dikumpulkan harus berupa data yang berasal dari lapangan.¹

Pendekatan penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif, yang artinya dapat didefinisikan sebagai penelitian yang menggunakan banyak angka. Hasil penelitian kuantitatif terlihat dari awal proses pengumpulan data, analisis data hingga akhir proses data. Penelitian kuantitatif sering disebut dengan penelitian tradisional, karena sudah digunakan cukup lama dan menjadi tradisi dalam penelitian. Pendekatan kuantitatif berfokus pada pemecahan masalah dengan data numerik (angka) yang kemudian dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai.²

B. Setting Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden yang pernah mengetahui dan membeli atau mengonsumsi produk kopi “Cakra Rasa”. Pengumpulan data dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden menggunakan *google form* dan menyebarkannya secara langsung. Waktu penelitian dilakukan pada bulan September 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai rangkaian kesimpulan umum yang terdiri dari objek atau subjek yang menunjukkan karakteristik dan fitur tertentu yang peneliti terapkan untuk dipelajari dan kemudian dibuat kesimpulan akhir. Ukuran populasi tidak diukur hanya dengan jumlah subjek atau objek.

¹ Lembaga Penjamin Mutu (LPM) IAIN Kudus, *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)* (Kudus: IAIN Kudus, 2018), 31.

² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder) Edisi Revisi Kedua*, ed. Santi Pratiwi Tri Utami (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 84.

Namun, dapat mencakup semua karakteristik subjek atau objek yang dipelajari.³ Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat desa Pakis Aji Jepara yang mengetahui dan pernah membeli atau mengkonsumsi produk kopi “Cakra Rasa”. Dalam hal ini, tidak dapat diketahui jumlah kelompok besar atau kecilnya sehingga masuk populasi tidak ketahuai atau tak tertentu. Populasi yang tak tertentu adalah populasi yang sumber datanya tidak terbatas.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi dan karakteristik.⁴ Jika populasi besar, dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel yang digunakan harus mewakili. Adapun teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota.⁵ Kemudian metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana pengambilan sampel ini didasarkan terhadap beberapa ketentuan tertentu.⁶ Adapun ketentuan sampel dalam penelitian ini yaitu hanya pada masyarakat desa Pakis Aji Jepara yang mengetahui produk kopi “Cakra Rasa” dan pernah membeli atau mengkonsumsi produk kopi “Cakra Rasa”.

Pada penelitian ini untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus Cochran. Dengan demikian perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus Cochran adalah dengan sebagai berikut:⁷

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta (Bandung: Alfabeta, 2018), 61.

⁴ Edi Abdurachman, *Panduan Praktis Teknik Penelitian Yang Beretika*, ed. Hidayat (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022), 22.

⁵ Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D/Sugiyono,” *Bandung: Alfabeta* 15, no. 2010 (2018).

⁶ Edy Supriyadi, *SPSS + Amos* (Jakarta: In Media, 2014).

⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 136.

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan n sampel sebesar 95%, dengan nilai 1,96

p = Peluang Benar 50% = 0,5

q = Peluang Salah 50% = 0,5

e = Margin error 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya minimum sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96$$

Jadi berdasarkan rumus diatas menghasilkan minimum sampel yang didapat yaitu sebesar 96. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan fit maka peneliti mengambil sampel menjadi 100 responden dengan ketentuan yang mengetahui dan pernah membeli atau mengkonsumsi produk kopi “Cakra Rasa”, karena dengan semakin banyak sampel yang digunakan maka akan semakin kecil peluang terjadinya kesalahan.⁸

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

a. Desain Variabel

Variabel adalah sifat atau jumlah yang memiliki kategorial atau nilai yang dapat dinyatakan dalam bilangan. Variabel mencakup segala yang dapat diukur.

1) Variabel independen (X)

Variabel independen diartikan sebagai variabel yang menjelaskan variabel atau mempengaruhi (penyebab) berubah atau munculnya variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu citra merek, label halal dan *Key Opinion Leaders (KOLs)*.

2) Variabel dependen (Y)

Variabel dependen didefinisikan sebagai variabel yang nilainya (sebagai hasil) dipengaruhi dari variabel independen. Kehadiran variabel dependen digunakan untuk

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2014)*,88.

menjelaskan fokus atau topik penelitian. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli (Y).

b. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menjelaskan mengenai metode atau langkah-langkah yang digunakan untuk menggali data atau parameter yang diwakili oleh suatu indikator.⁹ Dengan kata lain, definisi operasional menggambarkan bagaimana suatu variabel atau elemen spesifik ditemukan dan diukur dalam situasi nyata atau di lapangan. Tujuannya adalah untuk menyajikannya dengan singkat dan jelas, menghindari potensi keraguan dalam interpretasi.¹⁰ Untuk lebih jelasnya, peneliti memberikan definisi operasional dengan sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

No	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1	Citra Merek merupakan pengukuran konkrit dari berbagai aspek yang membentuk persepsi konsumen tentang merek, seperti atribut produk, pengalaman konsumen, dan asosiasi merek.	a) Jenis (<i>type</i>) b) Kesukaan (<i>favorability</i>) c) Kekuatan (<i>strength</i>) d) Keunikan (<i>uniqueness</i>). ¹¹	Menggunakan skala <i>likert</i> 1 sampai 5 yang acuannya sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju.
2	Label Halal merupakan bentuk pengukuran mengenai akan tingkat kehalalan pada sebuah produk atau makanan sesuai dengan standar dan persepsi konsumen terkait dengan label halal.	a) Gambar/ Logo b) Tulisan yang menjelaskan tentang kehalalan produk c) Kombinasi gambar dan tulisan halal d) Bentuk lain yang menjelaskan	Menggunakan skala <i>likert</i> 1 sampai 5 yang acuannya sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju.

⁹ Syahrudin and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), 103.

¹⁰ Sigit Hermawan, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. (Malang: Media Nusa Creative, 2016).

¹¹ Büyükdağ, "The Effect of Brand Awareness, Brand Image, Satisfaction, Brand Loyalty and WOM on Purchase Intention: An Empirical Research on Social Media."

No	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
		kehalalan produk. 12	
3	<i>Key Opinion Leaders</i> (KOLs) pengukuran dari pengaruh dan otoritas individu atau figur dalam suatu domain tertentu, yang dapat mencakup indikator seperti jumlah pengikut, aktivitas media sosial, atau pengaruh mereka dalam memengaruhi pandangan dan perilaku orang lain.	a) <i>Visibility</i> b) <i>Credibility</i> c) <i>Attraction</i> d) <i>Power</i> . ¹³	Menggunakan skala <i>likert</i> 1 sampai 5 yang acuannya sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju.
4	Minat beli merupakan pengukuran mengenai tingkat minat atau niat seseorang untuk membeli suatu produk atau layanan, yang dapat dinyatakan dalam bentuk pertanyaan atau skala pengukuran.	a) Minat Transaksional. b) Minat Referensial c) Minat Preferensial d) Minat Eksploratif. ¹⁴	Menggunakan skala <i>likert</i> 1 sampai 5 yang acuannya sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Sumber: data yang diolah, 2023.

¹² Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner" 3, no. 2 (2018).

¹³ Sahara Baharsyam and Tri Wahyuti, "Strategi Penggunaan Key Opinion Leader (Kol) Di Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Sania Royale Soya Oil," *Konvergensi : jurnal ilmiah ilmu komunikasi* 3, no. 1 (April 6, 2022), <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i1.612>.

¹⁴ Fera Feriska, Edy Kusnadi, and Yudha Praja, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kecantikan Fithka Ms Glow Di Mangaran Situbondo," *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 1, no. 8 (September 30, 2022): 1709, <https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2216>.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Sumber dan jenis data yang ada dalam penelitian ini ialah subjek asal data itu didapatkan. Berdasarkan sumbernya, data penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

1) Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan peneliti sendiri langsung dari sumber penelitian pertama atau objek yang dilaksanakan.¹⁵ Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dari responden yaitu konsumen produk kopi “Cakra Rasa” yang berupa jawaban atas pertanyaan peneliti dengan menggunakan kuesioner *online google form* dan menyebarkan secara langsung.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi tidak hanya diperoleh untuk penelitian tertentu.¹⁶ Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari dari jurnal, skripsi, internet, dan buku-buku dari perpustakaan yang menjadi informasi pendukung untuk melengkapi dan menyempurnakan data. Dalam hal ini data sekunder yang digunakan yaitu dari penelitian terdahulu, dokumentasi serta melalui wawancara.¹⁷

b. Pengumpulan Data

Uji hipotesis diterima atau ditolak, harus dibuktikan kebenarannya dengan data yang ada di lapangan. Teknik survei yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan Kuesioner (angket).

Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan data atau informasi dari responden. Dalam kuesioner, terdapat sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, baik melalui pengisian langsung oleh responden maupun melalui pengiriman pertanyaan secara tidak langsung. Penyebaran kuesioner penelitian ini dilakukan dengan cara *online* melalui *google form* dan menyebarkan secara

¹⁵ Sofiyon Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012).

¹⁶ Sigit Hermawan and Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 142.

¹⁷ Mansur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makassar: Alaudin University Press, 2016), 247.

langsung kemudian data kuesioner diukur menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi tentang objek atau fenomena tertentu yang terdiri dari lima kategori pernyataan yaitu :

Tabel 3. 2
Skala Instrumen

Skor	Keterangan	Simbol
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Ragu-Ragu	RR
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

Sumber : data diolah, 2023.

F. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data berupa analisis deskriptif, pengujian instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution for windows*. SPSS adalah perangkat lunak untuk mengolah data statistik.¹⁹ Alasan penggunaan SPSS untuk teknik analisis data karena SPSS memiliki sejumlah kelebihan, seperti dapat mengakses berbagai jenis format *file* data, tampilan data lebih informatif terlebih dalam memberikan informasi ketika terjadi *error*, *missing* data, atau kesalahan, mempermudah dalam akses penggunaan, hingga dapat membantu dalam menganalisis pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat sesuai dengan tujuan penelitian, diantaranya antara lain :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data statistik berupa *mean*, sum, standar deviasi, *variance*, *range*, dll dan mengukur apakah distribusinya normal atau tidak. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menguji teori, menyajikan fakta dan mengembangkan konsep.²⁰

¹⁸ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2018), 65.

¹⁹ Sukestiyarno, *Statistika Dasar* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 122.

²⁰ Duwi Priyatno, *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2010).

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas item digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu item dalam instrumen pengukuran mampu mengukur konsep yang seharusnya diukur. Kevalidan suatu item diukur melalui hubungannya dengan skor total, yang mencerminkan tingkat keterkaitan antara item tersebut dengan tujuan pengukuran. Ini menunjukkan sejauh mana item tersebut dapat diandalkan dalam mencerminkan apa yang sebenarnya ingin diukur. Item biasanya berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang disampaikan kepada responden dalam kuesioner, dengan tujuan mengungkapkan informasi atau karakteristik tertentu.²¹ Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Validitas adalah sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.²² Mengukur validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka, pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dalam perhitungan validitas ini, peneliti melakukan dengan menggunakan program IBM Statistik SPSS.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui ketetapan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Artinya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali.²³ Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti Skala Likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*. Uji

²¹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010).

²² Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 103.

²³ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. Teddy Chandra (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), 92.

reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak, maka menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.²⁴

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan *statistic* yang harus dilengkapi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Pada tahap ini, dilakukan uji asumsi klasik pada minat beli konsumen (Y) ditinjau dari citra merek (X1), label halal (X2) dan *Key Opinion Leaders* (KOLs) (X3). Diharapkan uji regresi memperoleh hasil yang relevan, maka ada beberapa tahap selanjutnya yaitu :

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana dalam model regresi terlihat adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel-variabel bebasnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi (korelasi yang sempurna atau mendekati 1). Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan adalah dengan melihat nilai faktor *Tolerance Inflation* (VIF) dalam model regresi. Untuk mengetahui spesifikasi model regresi tanpa multikolinearitas, yaitu dengan cara melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 (tidak lebih dari 10) dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1.²⁵ Dengan demikian, semakin tinggi VIF, maka *tolerance* makin rendah.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah kondisi dimana model regresi terdapat korelasi antara residual periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Prasyarat untuk regresi yang baik adalah tidak adanya masalah autokorelasi. Prosedur pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (tes DW). Pengambilan keputusan dalam uji Durbin Watson adalah sebagai berikut :

²⁴ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistic Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2010).

²⁵ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengelolaan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS* (Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019), 154.

- 1) Jika $DU < DW < 4 - DU$, maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi adanya autokorelasi
- 2) Jika $DW < DL$ atau $DW > 4 - DL$, maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- 3) Jika $DL < DW < DU$ atau $4 - DU < 4 - DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.²⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi varian residual dari pengamatan dalam model regresi tidak sama. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Adanya heteroskedastisitas dipraktekkan menggunakan metode difusi dengan memplotkan nilai ZPRED (*predicted value*) dengan SRESID (*residual value*). Pola yang baik terlihat ketika tidak ada pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar, melebar kemudian menyempit. Pada grafik plot antara nilai variabel dependen yakni ZPRED dengan residual SRESID digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas. Jika pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, lalu menyempit itu berarti terjadi heteroskedastisitas. Jika titik titik tersebar di atas dan bawah angka pada sumbu Y, yaitu 0 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁷

d. Uji Normalitas

Uji normalitas menunjukkan apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki residual yang berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Dalam mengetahui apakah data tersebut normal atau tidak, yaitu dengan mengamati hasil *P-Plot of Regression Standardized Residual* dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Hasil pengujian, gambarnya menunjukkan titik-titik mengikuti arah garis diagonal, sehingga data berdistribusi normal dan merata.
- 2) Hasil pengujian, menunjukkan titik-titik tidak mengikuti arah garis diagonal, sehingga data tidak berdistribusi tidak normal.

²⁶ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 144.

²⁷ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 158.

Selain itu, dapat juga menggunakan uji normalitas (uji Kolmogorov-Smirnov). Pada pengujian ini, data berdistribusi normal jika signifikansinya $> 0,05$, dan jika data tidak normal maka signifikansinya $< 0,05$.²⁸

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data berupa analisis deskriptif, uji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution for windows* SPSS 20 dan *Microsoft Excel* yaitu sebuah software untuk keperluan dalam mengolah data statistik.

a. Analisis Regresi Linier berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengetahui apakah pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel dependen. Selain itu, untuk menemukan bagaimana efeknya (positif atau negatif) dan seberapa besar efek yang diperlukan untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.²⁹ Bentuk umum regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi berganda variabel X1

β_2 = Koefisien regresi berganda variabel X2

β_3 = Koefisien regresi berganda variabel X3

X1 = Citra Merek

X2 = Label Halal

X3 = Key Opinion Leaders (KOLs)

e = tingkat error.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk menilai sejauh mana model dapat menjelaskan seberapa besar dampak variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih

²⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 99-100.

²⁹ Duwi Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum* (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), 107.

variabel independen dan dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika mendekati 1, hubungan makin erat, tetapi jika mendekati 0, hubungan makin lemah. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.³⁰

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan kriteria pengujian jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi sebagai berikut

- a) jika signifikansinya $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak
- b) jika signifikansinya $\geq 0,05$, H_0 diterima.

Penentuan F_{hitung} dengan signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel – 1), sedangkan df 2 (n-k-1), n artinya jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen.³¹

d. Uji t Parsial (Uji t)

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. t_{tabel} diperoleh pada signifikansi 0,05, dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$. Pengujian dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.³²

³⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 97.

³¹ Priyatno, *SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*, 119.

³² Duwi Priyatno, *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 121.