

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *fieldresearch* (penelitian lapangan) karena penulis terlibat langsung dalam penelitian ini. Field research adalah suatu penelitian dimana peneliti langsung terjun ke lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden.¹ Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti empirik, menguji dan menjelaskan pengaruh label halal, budaya, dan harga terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, pendekatan ini menekankan pada analisisnya pada data-data numerikal (angka yang diolah dengan metode statistika).² pada dasarnya pendekatan kuantitatif ini penulis lakukan dalam rangka pengujian hipotesis akan diperoleh hubungan antar variabel yang sedang penulis teliti.

Jenis data penelitian berkaitan dengan sumber data dan pemilihan metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data penelitian. Penentuan metode pengumpulan data dipengaruhi oleh jenis dan sumber data penelitian yang dibutuhkan.

1. Data Subyek (self-Report Data).
2. Data Fisik.

Data subyek adalah jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau kelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden). Data subyek, dengan demikian, merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individual atau secara kelompok yang sumbernya. Data subjek kemudian diklasifikasikan berdasarkan bentuk tanggapan (respon) yang diberikan, yaitu: lisan (verbal), tertulis dan ekspresi. Respon verbal diberikan sebagai tanggapan atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dalam wawancara. Respon tertulis diberikan sebagai tanggapan atas pertanyaan tertulis (kuisisioner)

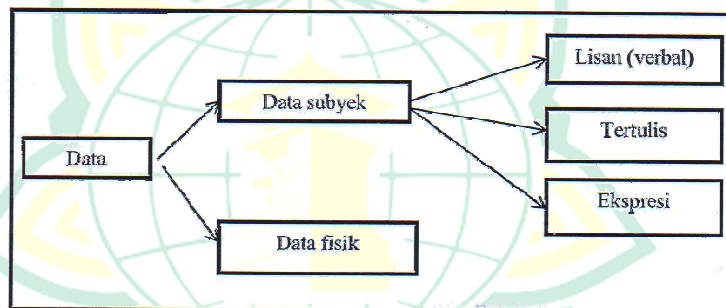
¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, UII Press, Yogyakarta, 2005, 34

² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001, 5.

yang diajukan oleh peneliti. Respon ekspresi diperoleh peneliti dari proses observasi.

Data fisik merupakan jenis data penelitian yang berupa obyek atau benda-benda fisik, antara lain dalam bentuk: bangunan atau bagian dari bangunan, pakaian, buku, dan lain-lain. Data fisik merupakan benda berwujud yang menjadi bukti suatu keberadaan atau kejadian pada masa lalu. Data fisik dalam penelitian bisnis dikumpulkan melalui metode observasi.³

Gambar 3.1
Jenis data penelitian



B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang diberi.⁴ Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah konsumen Pasar Bitingan Kudus.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.⁵ Data sekunder ini peneliti

³ Nur Indriantoro, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Akutansi & Manajemen*, BPE YOGYAKARTA, Yogyakarta, 1999, 145-146.

⁴ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam; Pendekatan Kuantitatif*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, 101.

⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam; Pendekatan Kuantitatif*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, 102.

peroleh dari buku-buku literatur dan media alternatif lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Data-data ini diperoleh dari pengamatan di Pasar Bitingan Kudus, buku-buku dan jurnal penelitian yang mendukung bagi penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas, suatu obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli di Pasar Bitingan Kudus.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah dengan teknik *sampling insidental*, yaitu teknik untuk menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷ Apabila populasinya besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Untuk mengetahui seberapa banyak sampel minimal yang dibutuhkan, peneliti menggunakan perhitungan Wibisono dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \sigma^2}{e} + \left[\frac{(1,96) \cdot (0,25)^2}{0,05} \right] \right] = 96,04$$

keterangan:

n = jumlah sampel

Z_{α} = nilai table Z = 0,05

s = Standar deviasi populasi

e = tingkat kesalahan⁸

⁶ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2005, 61.

⁷ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2015, 67.

⁸ Akdon, Riduwan, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*, ALFABETA, Bandung, 2013, 97

dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% bahwa sampel random berukuran $96,04 = 97$ akan memberikan selisihkurang dari 0,05. Jadi, sampel yang diambil sebesar 97 orang.

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut sugiyono adalah segala suatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti seperti, atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu:

1. Variabel X (variabel independen)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2. Variabel Y (variabel dependen)

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁹

E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Definisi operasional adalah alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel. Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

| Jenis variabel | Definisi | Dimensi | Indikator | Skala |
|----------------|-------------------------|-----------|----------------------------|--------------|
| Label halal | proses untuk memperoleh | 1. Halal. | hal-hal yang diperbolehkan | Skala likert |

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kalitatif dan R&D*, ALFABETA, Bandung, 2014, 38-39.

| | | | | |
|------------|---|-------------------------------|--|---------------------|
| (X1) | sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi memenuhi standar LPPOM-MUI/ Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia yang berada dalam pengawasan menteri keagamaan. ¹⁰ | 2. Haram 3. Logo halal | n atau dapat dilakukan dan terhindar dari bahaya dunia dan akhirat sesuatu yang dilarang oleh syariat islam objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan , dalam agama islam | |
| Budaya(X2) | Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga | | 1. Nilai. 2. Norma. 3. Kebiasaan. | Skala <i>likert</i> |

¹⁰ Muthia Rahma Dianti, *Pengaruh Faktor Psikologi Dan Subbudaya Agama Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Di Kota Padang*, FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG

| | | | | |
|------------------------|--|--|---|---------------------|
| | penting lainnya. ¹¹ | | | |
| Harga(X3) | sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli ¹² | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan konsumen. 2. Preferensi konsumen. 3. Biaya produksi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Cara mendapatkannya. 2. Jumlah barang yang dapat dibeli. <p>Selera sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang.</p> <p>Besar dan kecilnya biaya yang digunakan dalam memproduksi suatu produk, dapat menentukan pembelian seorang konsumen.</p> | Skala <i>likert</i> |
| Keputusan pembelian(Y) | Tahap setelah adanya pengenalan akan kebutuhan konsumen, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan akhirnya | <ol style="list-style-type: none"> 1. Aspek produk. 2. Aspek harga. 3. Aspek promosi | <p>Kualitas, model baru, bahan yang dipergunakan, merk, garansi.</p> <p>Harga murah</p> <p>Iklan, promosi,</p> | Skala <i>likert</i> |

¹¹ Abdul Ghoni, Tri Bodroastuti, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen [Studi pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang]*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, Semarang, 10.

¹² Tina Martini, *Jurnal Penelitian Vol. 10, No. 1, 2015*, Hal. 121

| | | | | |
|--|--|----------------------|--|--|
| | keputusan untuk membeli. ¹³ | 4. Aspek distribusi. | sales, publisitas. Kemudahan memperoleh, kemudahan membandingkan | |
|--|--|----------------------|--|--|

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode observasi

Metode observasi adalah teknik yang dilakukan secara langsung dan pencatatan secara otomatis terhadap fenomena yang diselidiki. Dengan teknik ini peneliti harus berusaha dapat diterima sebagai konsumen atau orang dalam para responden, karena teknik ini memerlukan hilangnya kecurigaan para subjek penelitian terhadap kehadiran peneliti.¹⁴

Adapun data yang diperoleh peneliti untuk sementara

- a. Pembelian yang dilakukan oleh Mbak Lani dari Pati, dia seorang mahasiswa yang membeli jilbab instant, yang bisa langsung dipakai tanpa harus menggunakan jarum pentul. Ia membeli dua jilbab sekaligus dengan warna yang berbeda. Karna menurutnya dengan satu jilbab itu tidak sesuai dengan warna busananya yang lain.¹⁵
- b. Dan juga pembelian yang dilakukan oleh Mbak Afi yang tinggal di Jepara, ia membeli tas dan sepatu, katanya “niat dari rumah ingin membeli tas, tetapi sampainya di pasar ia melihat sepatu yang menarik hatinya” jadi ia putuskan untuk membeli keduanya.¹⁶
- c. Menurut Fiana, di Pasar Bitingan model busananya sangat variasi dan modis sehinga mendorong banyak konsumen

¹³Handy Noviyarto, *Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet Terhadap Keputusan Pembelian Paket Layanan Data Unlimited Internet CDMA di DKI Jakarta*, InComTech, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer, Vol. 1, no. 2, 2010, 109.

¹⁴ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2005, 142.

¹⁵Wawancara Kholda Nailani, Konsumen di Pasar Bitingan Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2016.

¹⁶Wawancara Muwafiroh, konsumen yang berada di Pasar Bitingan Kudus, pada tanggal 8 Februari 2017.

untuk datang dan membeli. Contohnya tas, konsumen rela membeli tas imitasi dengan model terbaru. Banyak konsumen memburu model yang ngetren dibanding kualitas. Karena untuk membeli yang asli harganya sangat mahal, sehingga mendorong konsumen untuk memburu tas model terbaru di Pasar Bitingan.¹⁷

- d. Juga yang dilakukan Mbak Tun dari Demak yang membeli make up di Pasar Bitingan ia merasa harga yang di tawarkan terlalu tinggi. Karna selisih harga make up, bisa sampai Rp. 5000.¹⁸
 - e. Pasar yang paling terkenal di Kudus ialah Pasar Kliwon dan Bitingan, walaupun di Jember ada juga pasar, akan tetapi Pasar Bitingan lebih disukai para konsumen. Karena di Bitingan kebanyakan jualannya eceran, sedangkan Pasar Kliwon terkenal sebagai pasar grosir. di Pasar Bitingan kebanyakan konsumennya adalah para mahasiswa dan ibu rumah tangga, jarang sekali konsumen pria disana, kalaupun ada itu bersama istri dan anaknya.
 - f. Pendapat dari Mbak Mu, Pasar Bitingan adalah pasar yang murah karna harga parfum yang ditawarkan lebih murah dari pada pasar lainnya. Selisihnya bisa sampai 2-3 ribu/botol parfum.¹⁹
 - g. Menurut Mbak Yaroh belanja di Pasar Bitingan itu lebih nyaman, karena di Pasar Bitingan itu harganya lebih mudah ditawar dibanding pasar lainnya. Dan bisa ditawar hingga 20% dari harga jualnya.²⁰
2. Angket (Kuesioner)
- Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.. kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila diketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa

¹⁷ Menurut Fiana, yang berada diPasar Bitingan Kudus, pada tanggal 15 Oktober 2017.

¹⁸ Menurut Tun, yang berada diPasar Bitingan Kudus, pada tanggal 15 Oktober 2017.

¹⁹ Menurut Mbak Mu, yang berada diPasar Bitingan Kudus, pada tanggal 15 Oktober 2017.

²⁰ Menurut Yaroh, yang berada di Pasar Bitingan Kudus, pada tanggal 15 Oktober 2017.

diharapkan dari responden.²¹ Dalam penelitian ini yang menjawab kuesioner adalah para konsumen di Pasar Bitingan Kudus.

Angket didesain dengan pertanyaan terbuka, yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapat responden. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisis jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

Dalam metode survai didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data yang ditampunng pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur.²² uji validitas dilakukan dengan menghitung korelas antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Sebaliknya, jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka instrumen atau pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).²³

²¹ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2005, 142.

²² Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, 101.

²³ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, 101.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Jika alat ukur dinyatakan valid, maka selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama.²⁴

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60.

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid, maka dilakukan uji validitas membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* lebih besar 0,60.²⁵

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. uji normalitas dapat dilihat dari grafik normal *P-Plot of regression standardized residual*, dinyatakan bahwa dimana titik-titik menyebar atau memencar secara luas mengikuti fungsi distribusi normal yaitu seiringnya mengikuti garis z diagonal.²⁶ dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normal.
- b. Sebaliknya jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya tidak akan mengikuti garis diagonalnya, atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi

²⁴ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, 113.

²⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, 113

²⁶ Masrhuikin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu, Kudus, 2008, 56.

normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.²⁷

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah keadaan dimana terjadi keadaan linier yang sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada satu tidaknya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.²⁸

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF), kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.²⁹

3. Uji Autokorelasi

autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.³⁰

Metode pengujian menggunakan uji Durbi Watson (uji DW), uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi

²⁷ MasrhuKin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu, Kudus, 2008, 61.

²⁸ MasrhuKin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2009, 278.

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarian dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2001, 105-106.

³⁰ MasrhuKin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2009, 46.

dan tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas, hipotesis yang akan diuji adalah:

Ho : tidak ada autokorelasi ($r=0$)

Ha : ada autokorelasi ($r\neq 0$)

Dengan kriteria:

- a. Jika nilai dw terletak antara batas atas atau upper bound (du) dan (4-du) maka koefisien autokorelasi sama dengan 0, berarti tidak ada autokorelasi.
- b. Bila nilai Dw lebih rendah dari pada batas bawah atau lower bound (dl) maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada 0, berarti ada autokorelasi positif.
- c. Bila DW lebih besar dari pada (4-dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada 0, berarti ada autokorelasi negatif.
- d. Bila Dw terletak diantara atas (du) dan batas bawah (dl) atau Dw terletak antara (4-du) dan (4-dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.³¹

4. Uji heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu uji untuk menguji heteroskedastisitas ini adalah dengan melihat penyebaran dari varians residual.³²

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Peneliti menggunakan analisis ini, apabila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Didalam penelitian ini ada tiga variabel independen yaitu Label Halal (X_1), Budaya (X_2), dan Harga (X_3) dengan variabel dependen keputusan pembelian (Y).

Persamaan regresi tersebut adalah:³³

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

Keterangan:

³¹ Masrhuikin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2009, 184.

³² Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu, Kudus, 2008, 20.

³³ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, 61

Y = variabel dependen (keputusan pembelian)

a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, X_3 = 0$)

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X_1, X_2, X_3 = variabel independen (label halal, budaya, harga)

2. Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yang intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel dependen. R^2 (R Square) sama dengan 0 (nol), maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.³⁴

3. Hasil Uji Signifikasi Parameter Simultan (Uji t)

dalam uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dengan menggunakan tingkat signifikasi ($\alpha = 5\%$) dan df ($n-k-1$). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan $\alpha \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.³⁵

³⁴ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, 66

³⁵ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, 68-69