

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan sumber data dan informasi yang didapat dalam penelitian, maka dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Adapun penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realita apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.¹ Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung pada mahasiswi IAIN Kudus.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian pada saat ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian yang menekankan pada penyajian datanya dalam bentuk data – data *numerical* (angka) yang diolah menggunakan metode statistik atau program komputer SPSS, guna menjawab hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variable tertentu mempengaruhi variable yang lain.² Pada umumnya, penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan sample besar.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian adalah lokasi dimana kegiatan penelitian akan dilakukan. Penelitian ini berlokasi di kampus IAIN Kudus yang beralamat di Dukuh Ngetuk, Desa Ngembalrejo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus. Adapun responden yang dituju yaitu mahasiswi IAIN Kudus.

C. Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2005), 14.

² Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Pers & Mibarda Publishing, 2015), 7.

dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.³ Yang menjadi populasi dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah mahasiswi IAIN Kudus yang menggunakan produk kosmetik MS Glow, oleh karena itu populasi ini merupakan populasi yang tak terbatas karena tidak terhitung jumlah sebenarnya dari mahasiswi IAIN Kudus yang menggunakan produk kosmetik MS Glow dan tidak semua mahasiswi IAIN Kudus menggunakan produk kosmetik MS Glow. Sehingga jumlah populasinya tidak diketahui secara jelas.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi.⁴ Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri – ciri atas keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁵

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu, *non probability sampling*. *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$N = \left(\frac{Z^2 \alpha/2}{4e^2} \right)$$

Keterangan:

N = Jumlah Sampel

Z = nilai distribusi normal

e = Margin

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 1999), 72.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 118.ssc

⁵ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 76 – 77.

Untuk perkiraan hasil sampel dalam penelitian ini, maka sampel yang dibutuhkan apabila taraf harapan 95% dan kekeliruan yang potensial timbul 0,10.

Diketahui:

$$\alpha = 0,05 \text{ maka } Z_{0,05} = 1,96$$

$$e = 0,10$$

Jawab:

$$n = \left(\frac{1,96}{e} \right)^2 = 96,04$$

Hasil dari perhitungan rumus di atas mendapatkan angka 96,04.⁶ Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 96,04 angka tersebut bisa dibulatkan dalam menentukan jumlah responden, kali ini penulis membulatkan menjadi 100 responden karena semakin besar sampel penelitian maka semakin rendah tingkat kesalahan dalam olah data . Dengan menggunakan metode sampel *purposive sampling* yaitu, dimana sampel dipilih diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan.⁷ Jadi pengambilan sampel atas dasar pertimbangan tertentu dengan kriteria:

- a. Mahasiswi IAIN Kudus angkatan 2017 & 2018
- b. Mahasiswi yang menggunakan produk MS Glow
- c. Minimal telah melakukan pembelian satu kali

D. Desain Dan Definisi Operasional Variable

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi

⁶ Suliyanto, S.E.M.Si, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta :CV ANDI OFFSET (Penerbit Andi, 2009), 103-104.

⁷ Frendy Sondakh, Parengkuan Tommy, Dan Marjam Mangantar, "Current Ratio, Debt Ratio, Return On Asset, Return On Equity Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Pada Indeks LQ 45 di BEI Periode 2010 – 2014" *Jurnal EMBA*, Vol. 3 No. 2 Juni 2015, 752.

tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁸ Variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan yaitu:

1. Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah lebel halal dan citra merek.
2. Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswa IAIN Kudus.

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana Cara mengukur sebuah variabel. Definisi operasional adalah sebuah informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama.⁹

Tabel 3.1
Devinisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator
Citra merek (X1)	Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam di dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra Perusahaan (corporant) 2. Citra Produk / konsumen 3. Citra Pemakai

⁸ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 60.

⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 93.

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1*, Jakarta, Erlangga, 2009: 403.

Label halal (X2)	Label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LP POM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam. ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi gambar dan tulisan 4. Menempel pada kemasan
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen merupakan pemilihan satu tindakan atas dua atau lebih pilihan alternatif. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku Setelah Pembelian

E. Validitas Dan Reliabilitas Instrument

Instrument penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam

¹¹ Safrida Hafni Sahir dkk, "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan," *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No. 1, November, (2016): 3-ISSN 2407-2648.

¹² Nurul Evita, "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017)," *e-Proceeding of Applied Science*, Vol.3, No.2 Agustus, 2017, 51.

arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.¹³

1. Uji Validitas

Validitas adalah mutu yang penting bagi setiap instrument. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut.¹⁴

Hasil penelitian yang valid bila terjadi kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Intrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diteliti.¹⁵ Rumus korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus *Product Moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

X = skor item

Y = skor total item

N = jumlah sampel (responden)¹⁶

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila dipergunakan berkali – kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap akan memberikan hasil yang sama. Jadi,

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta, 2014: 203.

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 52.

¹⁵ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 348.

¹⁶ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 59-60.

reliabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subyek yang sama. Reliabilitas mengandung 3 makna, yaitu tidak berubah – ubah (stabilitas), konsisten, dan dapat diandalkan.

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten dari waktu-kewaktu. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrument itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach alpha* > 0.60. Dan jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien < 0.60 maka dikatakan tidak reliabel.¹⁷

Reliabilitas instrument ini digunakan oleh peneliti untuk menguji dari kedua angket – angket variabel X dan Y, yaitu angket citra merek, label halal, dan keputusan pembelian. Angket tersebut telah disusun berlandaskan dengan indikator – indikator pada masing – masing variabel. Peneliti ini melakukan uji coba responden Mahasiswi IAIN Kudus terhadap angket tersebut, kemudian dari skor yang diperoleh dapat dihitung melalui uji statistik *Cronbach Alpha* dalam bantuan uji SPSS. Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Alpha sebagai berikut:¹⁸

¹⁷ Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2008), 15.

¹⁸ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan – perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), 90.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = koefisien reliabilitas instrument
 k = banyak item pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian skor semua item
 V_1^2 = varian total

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah beberapa Cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah keterangan yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yaitu dari pihak – pihak yang dipandang mengetahui objek yang diteliti.¹⁹ Antara lain responden yang menjawab kuesioner, responden tersebut yaitu mahasiswi IAIN Kudus yang menggunakan produk MS Glow.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan *history* yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.²⁰ Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder juga diperoleh dengan mempelajari berbagai tulisan dari buku - buku, jurnal - jurnal, skripsi, internet, dan data yang berkaitan serta mendukung penelitian ini.

Secara umum teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

¹⁹ Abdul Kadir, *Hukum dan Penelitian Hukum*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004), 170.

²⁰ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama (Yogyakarta: BPFE, 2011), 147.

a. Kuesioner/angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan Cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis baik tertutup maupun terbuka kepada responden untuk dijawabnya. Yang nantinya bias diberikan langsung kepada responden dengan melalui konvensional atau modern. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden. Kuesioner cocok digunakan untuk jumlah responden yang cukup besar.²¹ Dalam penelitian ini akan menyebarkan angket berbentuk google form kepada Mahasiswi IAIN Kudus yang akan mengukur seberapa besar pengaruh citra merek dan label halal terhadap keputusan mereka untuk membeli produk MS Glow.

b. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik yaitu dengan cara pengumpulan datanya melalui proses pencatatan (subjek), benda (objek) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu – individu yang diteliti. Observasi meliputi segala hal yang menyangkut pengamatan aktifitas atau kondisi perilaku non perilaku. Selain itu hasil observasi itu harus memberikan kemungkinan untuk menafsirkan secara ilmiah.²²

²¹ Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: alfabeta2008), 142

²² Anwar sanusi, *metodologi penelitian bisnis*, (Jakarta: salemba empat, 2014), 111.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, Surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.²³ Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data baik berupa gambar maupun tulisan tentang letak geografis, sejarah berdirinya, perkembangan, visi dan misi serta data dari produk MS Glow dan data-data lain yang digunakan untuk mendukung kelengkapan dalam penelitian supaya jadi pijakan dalam keabsahan penelitian.

G. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau problem. Berikut ini macam-macam Uji asumsi klasik:

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang antar nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi 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

²³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 231.

dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10.²⁴

2. Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan Uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi²⁵:

Tabel 3.2
Kriteria Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autokolerasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokolerasi positif	Tidak ada keputusan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokolerasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokolerasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokolerasi positif/negative	Terima	$Du < d < 4 - du$

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 105-106.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit 2011), 110 - Undip, 111.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{sesungguhnya}}$) yang telah *studentized*. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam suatu model regresi.²⁶

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji 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. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilakukan beberapa cara, sebagai berikut:

- a. Dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi normal.
- b. Dengan Cara melihat *normal probability plot*, yang kemudian dibandingkan antara distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis lurus diagonal.

Jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya, atau

²⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normal. Jika sebaliknya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.²⁷

H. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul. Kegiatan dari analisis data meliputi pengelompokan data dalam bentuk tabulasi berdasarkan variabel dan karakteristik responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan serta menjelaskan kesimpulan yang di dapat. Adapun teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.²⁸

Pada penelitian ini yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek (X_1) dan label halal (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \text{ Keterangan:}$$

Y = keputusan pembelian

A = konstanta

²⁷ Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2008), 56-61.

²⁸ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 61.

- b_1 = koefisien regresi citra merek dengan keputusan pembelian
 b_2 = koefisien regresi label halal terhadap keputusan pembelian
 X_1 = citra merek
 X_2 = label halal
 e = faktor *error* atau faktor lain diluar penelitian.²⁹

2. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1 , X_2) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Bila R^2 mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung atau terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung atau terikat.³⁰

3. Uji-t (parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1 , X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

- b_i = koefisien regresi variabel i
 S_{b_i} = standar error variabel i

²⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 160.

³⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 66.

Langkah-langkah pengujian:

- a. Menentukan hipotesis
 - H_0 = secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
 - H_a = secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Menentukan tingkat signifikansi
 - Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- c. Kriteria pengujian
 - H_0 diterima bila $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$
 - H_0 ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$.³¹

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Tahap-tahap untuk melakukan uji F, yaitu:

- a. Menentukan hipotesis:
 - H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama sama terhadap variabel dependen.
 - H_a = Ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- b. Menentukan tingkat signifikansi
 - Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- c. Kriteria pengujian
 - H_0 diterima bila $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$
 - H_0 ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$.³²

³¹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68-69.

³² Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 67.