

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ditandai dengan penggunaan metode kuantitatif, di mana informasi yang dikumpulkan biasanya disajikan dalam bentuk angka-angka.<sup>1</sup> Penelitian kuantitatif adalah penelitian sistematis untuk mempelajari fenomena herbal yang melibatkan pengembangan dan penggunaan model matematika, teori, dan hipotesis. Menurut Arikunto, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang mengharuskan penggunaan angka-angka selama proses penelitian, dimulai dengan pengumpulan informasi, interpretasi statistik dan tampilan hasil.<sup>2</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik studi lapangan (*Field Research*), yaitu jenis penelitian lapangan yang dilakukan dengan cara menjangkau responden secara langsung untuk memperoleh informasi atau data.<sup>3</sup> Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *Islamic branding, lifestyle* terhadap keputusan pembelian dengan melihat kasus pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah di FEBI IAIN Kudus tahun 2018.

### B. Sumber Data Penelitian

#### 1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada responden Mahasiswi Manajemen Bisnis Syariah FEBI IAIN Kudus angkatan 2018.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 1994), 7.

<sup>2</sup> Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 121.

<sup>3</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 32.

## 2. Data sekunder

Sumber data penelitian yang diperoleh dari penelitian ini berupa studi pustaka atau dokumen seperti artikel, internet, dan buku yang ada hubungannya dengan penelitian ini dan kaitannya dengan *Islamic branding*, *lisestyle* dan harga terhadap keputusan pembelian.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Dalam studi populasi, keseluruhan (universum) objek penyelidikan dipelajari. Objek ini dapat berupa orang, hewan, tumbuhan, udara, tanda, nilai, aktivitas, sikap yang lebih dekat dengan keberadaan dan lain sebagainya. sehingga benda-benda tersebut dapat menjadi persediaan catatan studi.<sup>4</sup>

Jika seseorang ingin menyelidiki semua aspek yang ada dalam topik ini, maka penelitian tersebut disebut sebagai penelitian populasi. Studi populasi adalah yang paling mudah dilakukan dalam populasi ketika tidak banyak peserta. Populasi dalam penelitian ini yang akan diisi oleh peneliti adalah Mahasiswa Manajemen Bisnis Islam FEBI IAIN Kudus angkatan 2018, dengan jumlah 150 mahasiswa yang memperoleh data dari Akademik FEBI IAIN Kudus.

### 2. Sampel

Sampling adalah strategi pemilihan informasi di mana sebagian dari populasi dikumpulkan dan digunakan untuk memastikan karakter dan kualitas populasi yang ideal.<sup>5</sup> Dalam pengamatan ini, sampel yang digunakan adalah metode pengujian kemungkinan (*Probability sampling*), yang merupakan prosedur pengujian yang memberikan pintu terbuka yang sama bagi setiap individu dari populasi untuk menjadi contoh.<sup>6</sup> Dalam metode pengujian kemungkinan prosedur pemeriksaan ada beberapa strategi

---

<sup>4</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenadamedia, 2017), 30.

<sup>5</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenadamedia, 2017), 30.

<sup>6</sup> Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 93.

secara eksplisit, dan peneliti dalam hal ini memilih untuk menggunakan pendekatan *Simple Random Sampling* untuk menyelesaikan tugas ini. Akibatnya, pemeriksaan orang dan populasi uji dianggap sederhana (sederhana) karena dilakukan secara acak dan tanpa memperhatikan strata dalam populasi, berbeda dengan metode lain.<sup>7</sup>

Pengambilan responden yang ditunjukkan dengan keseluruhan populasi yang akan digunakan untuk penelitian dengan menggunakan persamaan Slovin. Slovin memasukkan komponen kemampuan untuk menanggung kesalahan karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat diterima ke dalam model toleransi kesalahannya. Jumlah toleransi ini direpresentasikan sebagai persentase dari komponen yang digunakan, yaitu 10% dari jumlah total komponen.<sup>8</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, yaitu ditetapkan sebesar 10%

$$n = \frac{150}{1 + 150 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 1,5}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60$$

Seperti yang sudah ditunjukkan oleh perhitungan di atas, jumlah sampel total adalah 60 mahasiswi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus tahun 2018 yang diperlukan untuk penelitian ini.

<sup>7</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN KUDUS, 2009), 93.

<sup>8</sup> Tony Wijaya, “*Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 29.

#### D. Identifikasi Variabel

Segala sesuatu dalam bentuk apapun yang dipilih peneliti untuk dijadikan fokus sehingga dapat diambil catatan dan dari mana kesimpulan dapat ditarik disebut sebagai variabel penelitian.<sup>9</sup>

Variabel yang digunakan pada tampilan ini adalah:

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

Variabel yang menjadi alasan munculnya atau pergantian variabel terstruktur (pasti), terutama unsur-unsur yang mungkin diperkirakan, dikendalikan atau diputuskan melalui peneliti untuk memutuskan hubungan antara fenomena yang ditemukan atau diperhatikan. Akibatnya, variabel bebas (*independent variabel*) adalah variabel yang nilai biayanya berpotensi mempengaruhi nilai variabel lain. Dalam hal ini, variabel independen meliputi:

- a. *Islamic branding* (X1)
- b. *Lifestyle* (X2)
- c. Harga (X3)

##### 2. *Dependent Variabel* (Variabel terikat)

Variabel yang dipengaruhi atau merupakan hasil akhir, karena adanya variabel bebas. Pada pengamatan ini, variabel yang ditetapkan adalah pilihan membeli barang dagangan Wardah pada mahasiswi IAIN Kudus.

#### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah objek studi yang menunjukkan cara untuk mengukur variabel. Definisi operasional adalah fakta sistematis yang sangat berguna bagi peneliti yang berbeda yang ingin menerapkan variabel yang sama.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 66.

<sup>10</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 93.

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

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<p><i>Islamic Branding</i> (X1)</p>	<p><i>Islamic branding</i> merupakan pendayagunaan kepribadian yang berhubungan dengan suatu barang dengan menunjukkan nama, simbol maupun karakteristik lain yang membedakannya dari barang yang berbeda dengan memanfaatkan komponen Islami baik dalam nama, struktur, maupun proses pembuatan yang disesuaikan dengan ketentuan syariat Islam.<sup>11</sup></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pentingnya merek</li> <li>• Keakraban merek</li> <li>• Kepercayaan konsumen</li> <li>• Label halal<sup>12</sup></li> </ul>	<p><i>Likert</i></p>

<sup>11</sup> Aryanti Muhtar Kusuma, dkk, “Pengaruh *Islamic Branding*, Kualitas Produk, dan *Lifestyle* terhadap Minat Pembelian Produk *Skincare* pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus”, *Jurnal Bisnis*

<p><i>Lifestyle</i> (X2)</p>	<p><i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup) merupakan gambaran bagi setiap individu yang memakainya dan menggambarkan seberapa besar keutamaan yang dimiliki individu tersebut di wilayah sekitarnya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Activities</i> (kegiatan)</li> <li>• <i>Interest</i> (minat)</li> <li>• <i>Opinion</i> (opini)<sup>13</sup></li> </ul>	<p><i>Likert</i></p>
<p>Harga (X3)</p>	<p>Harga suatu benda adalah ekuivalen moneter dari nilai benda itu.<sup>14</sup></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterjangkauan harga</li> <li>• Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>• Daya saing</li> </ul>	<p><i>Likert</i></p>

dan *Manajemen Islam* 8, no. 2, (2020), 293.  
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/9165>

<sup>12</sup> Muhammad Ilham dan Firdaus, *Islamic Branding dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang*, (Bintan: STAIN SAR Press, 2019), 33.

<sup>13</sup> L. Mandey Silvy, "Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," *Jurnal Ekonomi* 6, no. 1, (2009), 93.  
<http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/download/3997/3758>

<sup>14</sup> Prof. Dr. H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2016), 171.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian harga dengan manfaat<sup>15</sup></li> </ul>	
Keputusan Pembelian (Y)	<p>Perilaku konsumen didefinisikan sebagai setiap tindakan yang secara langsung terlibat dalam perolehan, pemilihan, dan penggunaan produk dan layanan, serta siklus pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan sesudah aktivitas tersebut.<sup>16</sup></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemantapan pada sebuah merek</li> <li>• Kebiasaan dalam membeli produk</li> <li>• Memberikan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>• Melakukan pembelian ulang<sup>17</sup></li> </ul>	<i>Likert</i>

Skala *Likert* digunakan dalam penelitian ini sebagai metode untuk menilai hasil. Skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengevaluasi perilaku, persepsi, dan pendapat

<sup>15</sup> Astuti and Mutondang, *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 33-34.

<sup>16</sup> Tjiptono Fandy, *Service, Quality & Saticfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2016), 22.

<sup>17</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid*, (Jakarta: Prenhalindo, 2014), 212.

individu tentang item tertentu.<sup>18</sup> Secara keseluruhan, ada lima skor skala *Likert* yang terkait dengan tingkat respons dan preferensi opsi, yaitu sebagai berikut:<sup>19</sup>

**Tabel 3.2**  
**Skala Instrumen**

Jawaban	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner pada variabel-variabel di bawah ini:

- a) Kuesioner *Islamic branding* pada produk Wardah
- b) Kuesioner *lifestyle* pada produk Wardah
- c) Kuesioner harga pada produk Wardah
- d) Kuesioner keputusan pembelian pada produk Wardah

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh fakta/statistik penting, digunakan salah satu pendekatan studi yang menjadi penunjang dalam analisis pembahasan, yaitu:

- 1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah suatu teknik rangkaian informasi yang diakhiri dengan pemberian seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang masing-masing tertutup dan

---

<sup>18</sup> Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Pertama (Jakarta: Kencana, 2013), 25.

<sup>19</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 47.

terbuka untuk diucapkan kembali oleh responden. Yang nantinya dapat segera diberikan kepada responden melalui strategi tradisional atau saat ini. Kuesioner adalah sarana yang efektif untuk memperoleh informasi asalkan peneliti mengenal variabel yang akan dinilai dan memahami apa yang diharapkan dari responden.<sup>20</sup> Kuesioner dapat digunakan dengan berbagai responden, sesuai dengan desainnya. Dalam lingkup proyek penelitian ini, peneliti akan mengirimkan kuesioner (angket) dalam bentuk google formulir kepada mahasiswa IAIN Kudus untuk mengetahui sejauh mana *Islamic branding, lifestyle*, dan harga berdampak pada keputusan mahasiswa untuk membeli barang Wardah.

## 2. Dokumentasi

Penggunaan dokumentasi sebagai alat pengumpul data dapat diterima jika informasi yang dikumpulkan berasal dari dokumen seperti buku; jurnal; koran; majalah; laporan kegiatan; risalah rapat; daftar skor; kartu hasil belajar; dan sumber informasi serupa lainnya.<sup>21</sup> Selama proses penelitian, teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi seperti foto dan tulisan tentang letak geografis, sejarah berdirinya dan perkembangannya, visi dan misi organisasi, serta informasi dari produk Wardah dan sumber lain yang ada dan digunakan untuk membantu menyelesaikan penelitian dan dijadikan sebagai dasar untuk menentukan validitas penelitian.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah sifat yang menentukan sejauh mana instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang sedang diukur. Alat ukur sangat penting jika mengukur atau menggambarkan sesuatu yang telah diartikulasikan untuk mengukur atau menggambarkan sesuatu itu. Sejauh mana data yang dikumpulkan tidak melenceng dari deskripsi

---

<sup>20</sup>Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: alfabeta, 2008), 142.

<sup>21</sup>Adhi Kusumastuti, dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 67.

variabel yang dirujuk ditunjukkan oleh tingkat validitas instrumen yang digunakan.

Untuk mengetahui validitas instrumen (kuesioner) yang digunakan untuk mengumpulkan data, skor masing-masing variabel jawaban responden disesuaikan dengan skor total masing-masing variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis secara statistik. tingkat signifikan 0,05 dihitung (5%). Se jauh mana data yang diperoleh tidak melenceng dari deskripsi variabel yang direferensikan akan ditunjukkan dengan tinggi rendahnya validitas instrumen. Rumus *Product Moment* adalah rumus korelasi yang digunakan dalam penelitian ini. Ini adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

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

Dimana:

- r = Koefisien korelasi
- X = Skor masing-masing item
- Y = Skor total variabel
- n = banyaknya sampel (responden)

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden menjawab pertanyaan dalam kuesioner tentang topik yang terkait dengan konstruksi pertanyaan dalam kuesioner.<sup>23</sup> Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui indikator dari variabel kuesioner. Kuesioner dianggap dapat diandalkan jika secara konsisten memberikan tanggapan yang sama terhadap pertanyaan atau pernyataan yang sama dari waktu ke waktu.<sup>24</sup> Penelitian ini menggunakan pengukuran *One Shot*

<sup>22</sup>Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian*, (Yogyakarta: Innosain, 2017), 91-93

<sup>23</sup> Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2* (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), 256.

<sup>24</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 47.

untuk menilai kehandalan temuannya. Mengambil hanya satu pengukuran dan kemudian membandingkan temuan yang diperoleh dengan pertanyaan tambahan disebut sebagai pengukuran satu kali atau pengukuran tunggal. Rumus *Cronbach Alpha* digunakan dalam penyelidikan ini.

Menurut pendekatan *Alpha Cronbach*, rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan uji reliabilitas:<sup>25</sup>

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

Keterangan:

$r_{11}$  = koefisien reabilitas instrumen

$k$  = total perbutir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = total varian perbutir

$\sigma_t^2$  = varian total keseluruhan

Secara umum, jika temuan uji reliabilitas memberikan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,60, koefisien Alpha dianggap reliabel, jika hasil uji reliabilitas menghasilkan nilai *cronbach alpha* kurang dari 0,60, koefisien Alpha dianggap tidak reliabel.

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dikembangkan untuk menilai apakah regresi variabel residual berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Meskipun ditentukan melalui uji t dan f bahwa nilai sisa terdistribusi normal, asumsi tersebut diabaikan pada saat itu karena fakta bahwa uji statistik tidak benar bila diterapkan pada bilangan kecil. Tes *Kolmogorov-Smirnov* dapat digunakan untuk menentukan apakah sampel normal atau tidak.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Pertama (Jakarta: Kencana, 2013), 58.

<sup>26</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 160.

- (e) Secara langsung, jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka sangat mungkin terjadi keterkaitan, dan data dikatakan berdistribusi normal.
- (f) Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  secara langsung, maka dapat dikatakan cukup jelas bahwa tidak ada keterkaitan, atau dapat dikatakan bahwa distribusi probabilitas tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dirancang untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan *varians* antara residual satu persepsi dan residual persepsi lain dalam model regresi. Selama *varians* residual dari satu persepsi ke persepsi lain sama, ini disebut homoskedastisitas. Jika *varians* residual berbeda dari satu persepsi ke persepsi lainnya, ini disebut sebagai heteroskedastisitas. Homoskedastisitas merupakan karakteristik penting dari model regresi yang sukses.

Dengan menggunakan diagram scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimungkinkan untuk menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas. Sumbu Y mewakili nilai yang diharapkan (Y diprediksi) dan sumbu X mewakili nilai sisa (Y sebenarnya) yang telah diselidiki. Jika grafik tidak menunjukkan pola yang jelas dan titik-titik berjarak merata di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi pada saat itu, seperti yang dinyatakan sebelumnya.<sup>27</sup>

## 3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi (independen). Model regresi yang layak seharusnya tidak memiliki hubungan antara variabel independen, seperti yang didefinisikan oleh literatur. Jika variabel bebas dihubungkan satu sama lain, maka variabel simetris (ortogonal) tidak dibingkai oleh variabel bebas tersebut. Variabel-variabel yang simetris tersebut merupakan variabel bebas dengan koefisien korelasi antara keduanya sama dengan nol.

---

<sup>27</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 139.

Perlu dilakukan perhitungan nilai *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF) untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi. Kedua perkiraan ini menunjukkan seberapa besar setiap variabel independen dipahami oleh variabel independen lainnya, dan keduanya positif. Akibatnya, nilai toleransi yang rendah sesuai dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai toleransi 0,10 atau lebih, atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10, adalah yang paling sering terlihat.<sup>28</sup>

## I. Teknik Analisis Data

Setelah informasi yang diantisipasi telah dikumpulkan, data dianalisis untuk menentukan signifikansinya. Prosedur ini mengumpulkan informasi untuk struktur yang terorganisir berdasarkan variabel dan atribut responden, memperkenalkan informasi untuk setiap variabel yang dipertimbangkan, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan estimasi untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan memahami kesimpulan yang telah dicapai. Sebagai contoh, perhatikan teknik analisis data berikut ini:

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan jangka panjang antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) dan variabel dependen ( $Y$ ). Ketika nilai variabel independen meningkat atau menurun, analisis ini dirancang untuk memprediksi nilai variabel dependen. Selain itu juga bertujuan untuk mengetahui sifat hubungan antara variabel yang berubah atau berkurang, serta untuk mengetahui ada tidaknya hubungan positif antara variabel bebas dan variabel terikat. atau bagian depan.<sup>29</sup>

Secara khusus, digunakan dalam penelitian ini untuk menguji sejauh mana pengaruh *Islamic branding* ( $X_1$ ), *lifestyle* ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Rumus berikut dapat digunakan untuk mendapatkan persamaan regresi linier berganda:

---

<sup>28</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 105-106.

<sup>29</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 61.

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

Keterangan:

- Y = keputusan pembelian  
 A = konstanta  
 b<sub>1</sub> = koefisien regresi *Islamic branding* dengan keputusan pembelian  
 b<sub>2</sub> = koefisien regresi *lifestyle* dengan keputusan pembelian  
 b<sub>3</sub> = koefisien regresi harga dengan keputusan pembelian  
 X<sub>1</sub> = *Islamic branding*  
 X<sub>2</sub> = *lifestyle*  
 X<sub>3</sub> = harga  
 e = faktor error atau faktor lain diluar penelitian<sup>30</sup>

## 2. Analisis Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis determinasi digunakan untuk menghitung persentase kontribusi pengaruh variabel bebas (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>) terhadap variabel terikat apabila semuanya hadir pada waktu yang bersamaan (Y). Ketika koefisien ini dihitung, menunjukkan seberapa besar proporsi keragaman variabel independen dalam model mampu menjelaskan keragaman variabel dependen. Jika R<sup>2</sup> mendekati satu, maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan untuk menjelaskan fluktuasi variabel dependen menjadi lebih efektif.<sup>31</sup>

## 3. Uji F (Signifikansi Parameter Simultan)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel bebas mempunyai pengaruh baik terhadap variabel terikat maupun variabel bebas secara simultan (bersama-sama). Bila ada dua atau lebih variabel bebas dalam suatu penelitian maka dilakukan uji F. Perbandingan antara nilai F<sub>hitung</sub> dan F<sub>tabel</sub> dilakukan dalam uji F. Berikut kriteria penilaian uji F. :

<sup>30</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 160.

<sup>31</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 66.

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka variabel independen yang diuji memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka variabel independen yang diuji tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Jika terdapat hipotesis penelitian dalam penelitian yang telah dilakukan, maka hipotesis penelitian menyatakan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat sekaligus terhadap variabel terikat. Akibatnya, hipotesis ini ditetapkan sebagai kesimpulan pertama dengan simbol  $H_0$ , yang tunduk pada kriteria pengujian berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Sebaliknya, jika hipotesis penelitian menyatakan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat pada saat yang bersamaan, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Kemudian hipotesis ini dilambangkan dengan simbol  $H_0$ , dan diuji berikut ini:

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

Selanjutnya adalah cara menentukan nilai  $F_{tabel}$ .

$$Df (N1) = k - 1$$

$$Df (N2) = n - k - 1$$

Dimana:

k = banyaknya variabel yang diteliti

n = jumlah sampel

$$Df (N1) = 4 - 1 = 3$$

$$Df (N2) = 60 - 4 - 1 = 55$$

Pengujian menggunakan  $\alpha$  (probabilitas) sebesar 5% (0,05).<sup>32</sup>

#### 4. Uji-t (Signifikansi Parameter Parsial)

Uji t digunakan untuk menilai ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagian atau seluruhnya (sendiri). Uji t digunakan dalam penelitian bila ada satu atau lebih variabel bebas yang akan ditentukan.

---

<sup>32</sup> Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Guepedia, 2021), 48-50.

Perlu dilakukan uji t dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ . Berikut kriteria evaluasi Uji-t:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka variabel independen yang diuji memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka variabel independen yang diuji tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Jika terdapat hipotesis penelitian dalam penelitian yang telah dilakukan, maka hipotesis penelitian menyatakan bahwa variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Kemudian hipotesis ini ditetapkan sebagai kesimpulan pertama dengan dilambangkan dengan  $H_0$  dan tunduk pada kriteria pengujian berikut :

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

Sebaliknya, jika hipotesis penelitian menyatakan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh sebagian terhadap variabel terikat, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Kemudian hipotesis ini dilambangkan dengan simbol  $H_0$ , dan diuji berikut ini :

- 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  $H_a$  diterima.

Selanjutnya adalah cara menentukan nilai  $t_{tabel}$ .

$$Df = n - k$$

Dimana :

$n$  = banyaknya sampel

$k$  = banyaknya variabel yang diteliti, baik variabel independen maupun dependen.

$$Df = 60 - 4 = 56$$

Pengujian menggunakan  $\alpha$  (probabilitas) sebesar 5% (0,05).<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Guepedia, 2021), 41-44