

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan sumber data serta informasi yang digunakan dalam penelitian, jenis penelitian yang peneliti gunakan ialah penelitian lapangan (*field research*). Tujuan penelitian lapangan atau studi kasus adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial, seperti; individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.¹ Dalam penelitian peneliti melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data konkrit mengenai *halal awareness*, *ingredient safety* dan *trust* terhadap *purchase intention*.

Adapun pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan dalam penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numeric atau angka-angka. Tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan serta menggunakan model sistematis, teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.² Pendekatan ini mempermudah dalam menghitung data-data dari pengaruh *halal awareness*, *ingredient safety* dan *trust* terhadap *purchase intention* produk MS Glow pada masyarakat di Kota Kudus.

B. Setting Penelitian

Lokasi yang peneliti ambil dalam melakukan penelitian ini adalah di Kota Kudus, dengan subjek pada masyarakat yang berdomisili di Kota Kudus yang mengetahui produk MS Glow. Adapun jangka waktu yang digunakan dalam penelitian ini akan peneliti mulai pada bulan Juli 2022 sampai selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah, keseluruhan objek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek atau

8. ¹Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014),

²Suryani & Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), 109-110.

subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.³ Populasi yang ditetapkan dari penelitian ini adalah masyarakat Kota Kudus baik perempuan maupun laki-laki. Adapun populasi masyarakat Kota Kudus berjumlah 89.017, dengan perempuan sebanyak 45.773 serta laki-laki sebanyak 43.426.⁴

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi berjumlah besar, peneliti tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi karena adanya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel atau perwakilan yang diambil dari populasi tersebut.⁵

Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% (0,1). Rumus Slovin ini digunakan untuk menemukan jumlah minimum sampel dari populasi yang terbatas atau disebut juga dengan (*finite population*).

Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah populasi

e : Margin error, dalam penelitian ini menggunakan 10% = 0,1

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{89.017}{1 + 89.017 (0,1)^2} \\ n &= \frac{89.017}{890,18} \\ n &= 99,998 \end{aligned}$$

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

⁴<https://kuduskab.bps.go.id/indicator/12/43/1/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin-di-kabupaten-kudus.html>, diakses pada tanggal 28 Agustus 2022 pukul 15.10 WIB.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 81.

Dengan menggunakan rumus slovin diatas, maka jumlah sampel (n) yang didapat adalah sebesar 99,998 kemudian dibulatkan menjadi 100 orang responden.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁶

Teknik *simple random sampling* ini dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Dapat dilakukan dengan cara undian, memilih bilangan dari daftar bilangan secara acak, dsb. Sampel yang diambil adalah masyarakat yang berdomisili di kota Kudus Jawa Tengah, baik perempuan maupun laki-laki yang mengetahui produk MS Glow.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal-hal tersebut, dan ditarik kesimpulan.⁷ Dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen, yaitu sebagai berikut:

- Variabel independen (Bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel dependen (terikat). Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu; *Halal Awareness* (X1), *Ingredient Safety* (X2) dan *Trust* (X3).
- Variabel dependen (Terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *Purchase Intention* (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah proses pemindahan dari definisi konseptual suatu konstruk pada pengukuran tertentu yang memungkinkan peneliti mengamati secara empiris.

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 63.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 38.

Adapun penelitian beserta definisi operasionalnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Halal Awareness</i> (X1)	<i>Halal awareness</i> adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen muslim untuk mencari dan mengonsumsi produk halal sesuai dengan syariat islam. ⁸	a. Bahan baku halal b. Kewajiban agama c. Pengetahuan mengenai proses produksi d. Keamanan dan kebersihan produk e. Peran sertifikasi halal. ⁹	Likert
<i>Ingredient Safety</i> (X2)	<i>Ingredient safety</i> adalah keamanan bahan-bahan apa saja yang terkandung didalam sebuah produk dimana konsumen dapat memilih kosmetik mana yang aman dan halal untuk digunakan. ¹⁰	a. Pengetahuan mengenai informasi bahan produk b. Pemahaman mengenai kualitas bahan c. Pemahaman mengenai nomor BPOM pada produk d. Pengetahuan mengenai proses pembuatan pada produk ¹¹	Likert
<i>Trust</i> (X3)	<i>Trust</i> adalah kesediaan perusahaan	a. <i>Benevolence</i> (ketulusan/kesunggu	Likert

⁸Eka Dyah Setyaningsih & Sofyan Marwansyah, “*The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products*,” *Journal of Islamic Economic, Finance and Banking*, Vol.3, No.1, 2019, 65.

⁹Nor Lailla & Irfan Tirmizi, “Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMJ,” *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 2020.

¹⁰Khumairotul K, Agus Widarko, & M Khoirul ABS, “Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi, dan Harga Pada Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” 157.

¹¹Khumairotul K, Agus Widarko, & M Khoirul ABS, “Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi, dan Harga Pada Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” 2019.

	untuk bergantung kepada mitra bisnis. Itu tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi, seperti kompetensi yang dirasakan perusahaan, integritas, kejujuran dan kebijakan. ¹²	han) b. <i>Ability</i> (kemampuan) c. <i>Integrity</i> (integritas) d. <i>Willingness to depend</i> ¹³	
<i>Purchase Intention</i> (Y)	<i>Purchase intention</i> adalah perilaku yang muncul akibat merespon suatu objek yang menunjukkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian. ¹⁴	a. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk b. Mempertimbangkan untuk melakukan pembelian c. Tertarik untuk mengetahui produk d. Keinginan untuk mencoba produk e. Keinginan untuk memiliki produk. ¹⁵	Likert

E. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang didapat secara langsung dari sumber asli atau obyek penelitian yang

¹²Nurul Widyawati, "Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen serta Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan," *Jurnal Ekitas*, Vol.12, 2008, 74

¹³Genny Intan, Riche Fermayani, & Romi Rianto, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Padang)," *Menara Ekonomi*, Vol.6, No.2, 2020.

¹⁴Vidya Candra Dewi & Eka Sulistyawati, "Peran *Brand Awareness* Memediasi Pengaruh Iklan terhadap Niat Beli," *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.7, No.4, 2018, 1748.

¹⁵Maria Regina Picaully, "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget di Shopee Indonesia," *Jurnal Manajemen Maranatha*, Vol.18, No.1, 2018.

kemudian Diolah oleh peneliti.¹⁶ Data ini didapatkan baik dengan wawancara secara langsung maupun dari kuesioner yang dipersiapkan terlebih dahulu oleh peneliti dan dibagikan kepada responden penelitian dimana responden dalam pembahasan permasalahan ini ialah masyarakat di kota Kudus yang mengetahui produk MS Glow.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang didapat peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder ini dapat dijadikan pendukung atau pelengkap dari data primer.¹⁷ Data sekunder dapat diperoleh melalui buku-buku literatur, jurnal, catatan, artikel maupun media alternatif lain yang berkaitan dengan permasalahan yang menjadi pembahasan dalam penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat, dan reliabel. Teknik yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu secara pasti variabel yang akan diukur serta tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden. Kuesioner juga cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat diberikan kepada responden baik secara langsung maupun dikirim pos atau internet.¹⁸ Teknik ini digunakan untuk memperoleh data dari tanggapan responden mengenai variabel *halal awareness* (X1), *ingredient safety* (X2), *trust* (X3) dan *purchase intention* (Y).

Model skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini menggunakan skala Likert, dimana masing-masing dibuat menggunakan pilihan-pilihan agar mendapatkan hasil yang bersifat subjektif dengan memberikan skor jawaban, sebagai berikut:

¹⁶I Gusti Agung Sri A & Ni Ketut Seminari, “Pengaruh Retail Service terhadap Citra Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan,” *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.6, No.12, 2017, 6662.

¹⁷I Gusti Agung Sri A & Ni Ketut Seminari, “Pengaruh Retail Service terhadap Citra Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan,” 6663.

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 142.

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) : skor 2
- c. Netral (N) : skor 3
- d. Setuju (S) : skor 4
- e. Sangat Setuju (SS) : skor 5¹⁹

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keabsahan pada suatu instrumen.²⁰ Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner yang dikatakan valid apabila pertanyaan kuesioner mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment* (r) dalam taraf signifikansi 5% (0,05). Jumlah masing-masing butir pertanyaan dalam suatu variabel jika nilai r hitung (nilai dari *Corrected Item-Total Correlation*) $> r$ tabel maka dikatakan valid, dan jika r hitung $< r$ tabel maka dikatakan tidak valid.²¹

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat kehandalan atau konsistensi suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan hasilnya akan tetap konsisten dan stabil serta tidak mengalami perubahan. Dalam melakukan uji reliabilitas ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha* (α). Apabila nilai *Cronbach Alpha* $>$ taraf signifikansi 60% (0,6) maka kuesioner tersebut reliabel, dan apabila nilai *Cronbach Alpha* $<$ taraf signifikansi 60% (0,6) maka kuesioner tersebut tidak reliabel.²²

¹⁹Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021), 19.

²⁰Toha Anggoro, dkk., *Metode Penelitian* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2011), 510.

²¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP Press, 2015), 116.

²²Morissan, *Metodologi Penelitian Survey* (Jakarta: Kencana, 2014), 99.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat variabel dependen, variabel independen ataukah keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang baik ialah model uji yang memiliki distribusi data normal ataupun mendekati normal.

Dalam hal ini, uji normalitas yang digunakan adalah analisis grafik normal *probability plot* yang dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram residualnya.

Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal. Dan jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi tidak normal.

Adapun cara lain untuk melihat normalitas dapat dilihat dengan menggunakan uji statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Pengambilan keputusan uji *kolmogrov-smirnov* dikatakan data terdistribusi normal apabila nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil output SPSS dalam tabel *one-sample kolmogrov-smirnov test* diatas 0,05.²³

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat korelasi (hubungan) antar variabel independen. Uji multikolinieritas yang baik ialah model uji yang tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal. Variabel orthogonal merupakan nilai variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua nilai tersebut menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang yang diperoleh dari hasil output SPSS dalam kolom *collinearity statistics* dengan

²³Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP Press, 2015), 115.

menggunakan nilai *tolerance* $> 0,1$ atau sama dengan nilai *VIF* < 10 , maka variabel tersebut tidak ada gejala multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.²⁴

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Apabila variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dapat dideteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* dalam SPSS antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Apabila dalam grafik tersebut tidak terdapat pola tertentu yang teratur serta titik-titik data menyebar, tidak mengumpul, dan tidak membentuk pola bergelombang, maka diindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁵

Adapun cara lain yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Uji Glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregresi variabel independen dengan nilai absolut residual. Apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan variabel absolut residual lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), maka diindikasikan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.²⁶

3. Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu *halal awareness* (X1),

²⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: UNDIP, 2013), 103-104.

²⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: UNDIP, 2013), 134.

²⁶Wayan Widana & Putu Lia M, *Uji Persyaratan Analisis* (Lumajang: Klik Media, 2020), 81.

ingredient safety (X2), dan *trust* (X3) terhadap variabel dependen yaitu *purchase intention* (Y). Adapun persamaan regresi linear berganda dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y= *Purchase Intention*

a = Nilai *intercept* / Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = *Halal Awareness*

X_2 = *Ingredient Safety*

X_3 = *Trust*

e = Koefisien error²⁷

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui hubungan antara semua variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Koefisien determinasi pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ialah berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Untuk mengetahui koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari nilai *adjusted R square* dalam SPSS. Nilai R^2 yang semakin kecil mendekati 0 menunjukkan kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang amat terbatas. Sedangkan, nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan semua variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²⁸

c. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) berfungsi untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen.²⁹ Uji ini dapat dijelaskan

²⁷Robert Kurniawan & Budi Yuniarto, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya* (Jakarta: Kencana, 2016), 91.

²⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: UNDIP, 2013), 97.

²⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, 98.

dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA). Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen (*halal awareness*, *ingredient safety*, dan *trust*) secara simultan terhadap variabel dependen (*purchase intention*).

Pengujian dalam uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika F hitung > F tabel, dengan pengujian nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *halal awareness*, *ingredient safety*, dan *trust* secara simultan berpengaruh terhadap *purchase intention*.

2. Jika F hitung < F tabel, dengan pengujian nilai signifikansi > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *halal awareness*, *ingredient safety*, dan *trust* secara simultan tidak berpengaruh terhadap *purchase intention*.

d. Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) berfungsi untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen/penjelas secara parsial (individual) dalam menerangkan variasi variabel dependen.³⁰ Pengujian ini digunakan untuk menguji atau menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen yaitu *halal awareness* (X1), *ingredient safety* (X2), dan *trust* (X3) terhadap variabel dependen yaitu *purchase intention* (Y).

Pengujian dalam uji T dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika t hitung > t tabel, dengan pengujian nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *halal awareness*, *ingredient safety*, dan *trust* secara parsial berpengaruh terhadap *purchase intention*.

2. Jika t hitung < t tabel, dengan pengujian nilai signifikansi > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

³⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, 98.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *halal awareness*, *ingredient safety*, dan *trust* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *purchase intention*.

