

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam riset ini terdapat variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Riset ini menggunakan variabel laten eksogen yaitu Kesadaran Halal (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3). Adapun variabel laten endogen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Adapun subjek dalam riset ini adalah konsumen AEON yang telah membeli segala makanan dan minuman yang telah disajikan ciri khas AEON di outlet AEON Jakarta Garden City.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam riset ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah metode untuk melakukan rekomendasi penelitian, prosedur, spekulasi, kerja lapangan, pemeriksaan informasi, dan persiapan data dengan bantuan bagian perkiraan, perhitungan, persamaan, dan jaminan data matematika (Sekaran & Bougie, 2016).

3.3 Desain Penelitian

Riset ini bersifat deskriptif dan kausalitas. Penelitian deskriptif ialah teknik penelitian yang berusaha untuk menggambarkan objek atau subjek terkonsentrasi secara ekstensif, dan mendalam (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian deskriptif digunakan untuk menunjukkan variabel-variabel yang terdapat dalam riset ini. Adapun Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kesadaran Halal(X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), dan Keputusan Pembelian (Y).

Desain penelitian kausalitas digunakan untuk mengetahui sebab akibat di antara variabel yang ada. Studi kausalitas untuk menguji apakah satu variabel dapat menyebabkan variabel lainnya berubah atau tidak (Sekaran & Bougie, 2016). Adapun variabel yang akan dijelaskan pengaruhnya yaitu Kesadaran Halal (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), dan Keputusan Pembelian (Y). Dalam penelitian ini menerapkan metode survei, dimana untuk mengambil sampel dan populasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu tingkat kesadaran halal (X1), tingkat kualitas produk (X2), tingkat harga (X3), dan keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.1
Operasional Variabel

NO.	Variabel	Indikator	Ukuran dan Skala
1.	Kesadaran Halal (X1) adalah tingkat pengetahuan konsumen terkait dengan kesadaran halal atas suatu produk.	Pengetahuan tentang produk halal (Juliana, Wafa Rizaldi, et al., 2022) Sadar akan produk halal (Juliana, Wafa Rizaldi, et al., 2022) Prioritas membeli produk halal (Juliana, Wafa Rizaldi, et al., 2022) Mengenali ciri-ciri produk halal (Nasution & Yasir, 2020) Mengetahui	Tingkat di mana seberapa jauh konsumen mengetahui proses atau pengolahan produk halal Konsumen selalu memperhatikan kehalalan suatu produk sebelum membeli. Sebelum membeli suatu produk, konsumen memprioritaskan produk yang berlabel halal Tingkat seberapa jauh konsumen

<p>proses pengolahan produk halal (Nasution & Yasir, 2020)</p>	<p>mengenali ciri atau karakteristik produk halal, berkaitan dengan ciri fisik yang akan mempengaruhi konsumen dalam proses keputusan pembelian</p>	<p>Tingkat di mana seberapa jauh Konsumen mengetahui proses atau pengolahan produk halal</p> <p>Skala :Interval</p>
<p>2. Kualitas Produk (X2) keandalan dan atribut-atribut lainnya yang akan menciptakan sebuah nilai bagi produk tersebut</p>	<p>Rasa Produk (Harwani & Fauziyah, 2020)</p> <p>Daya Tahan (Harwani & Fauziyah, 2020)</p>	<p>Seberapa jauh rasa yang diberikan produk kepada konsumen.</p> <p>Seberapa jauh produk memiliki daya tahan sbelum diganti dengan produk lainnya.</p>
<p>Variasi Produk (Salsabila & Maskur, 2021)</p>	<p>Seberapa banyak pilihan jenis yang diberikan produk.</p>	

 Skala : Interval

3. Harga (X3) adalah Harga sesuai Perbandingan untuk menilai sejumlah uang dengan kualitas produk dengan kualitas produk sebagai alat tukar produk (Manik yang dirasakan. untuk mendapatkan & Cornelia, produk atau jasa, 2017) bersifat fleksibel Keterjangkauan Kondisi dimana konsumen yang artinya dapat Harga(Manik & merasa harga produk berubah dengan Cornelia, 2017) terjangkau cepat menyesuaikan kondisi. Harga sesuai dengan manfaat (Setiadi, 2020)

Harga sesuai dengan manfaat yang di dapatkan konsumen.

 Skala: Interval

4. Keputusan Pembelian (Y) adalah sebuah keputusan yang dipengaruhi beberapa faktor yang membuat konsumen secara actual mempertimbangkan banyak hal yang Pilihan Produk (Barus & Silalahi, 2021) Kemudahan mendapatkan Produk (Barus & Silalahi, 2021) Keberagaman Kondisi konsumen memiliki tingkat kepercayaan atau popularitas terkait produk tersebut Kondisi konsumen memiliki banyak cara untuk membeli produk. Kondisi konsumen merasa tertarik ketika melihat banyak nya varian pada suatu produk
-

pada akhirnya Varian Produk
 membuat (Barus &
 konsumen membeli Silalahi, 2021)
 produk yang paling
 mereka pilih.

Skala : Interval

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan seluruh elemen dalam populasi di mana sampel diambil (Sekaran & Bougie, 2016) Dengan demikian populasi yang peneliti gunakan adalah konsumen AEON Jakarta Garden City yang sudah membeli produk makanan di AEON outlet Jakarta Garden City.

Teknik penghimpunan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, teknik tersebut dipilih karena ketidak tahuan jumlah setiap unsur atau anggota populasi dan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian. *Non-probability sampling* adalah teknik di mana pemilihan sampel dari populasi tidak seragam untuk masing-masing anggota populasi (Sekaran & Bougie, 2016).

Sample pada penelitian ini adalah Konsumen Muslim AEON Jakarta Garden City yang sudah membeli produk makanan di AEON Jakarta Garden City Adapun jenis sampling yang peneliti gunakan ialah *incidental sampling*. Dalam *incidental sampling* seseorang yang secara kebetulan ditemui dan dirasa cocok untuk menjadi sumber data, maka orang tersebut dapat dipilih untuk menjadi sampel.

Menurut Hair, (2014) jumlah sampel minimal setidaknya lima kali lebih besar dari jumlah item indikator variabel yang akan dianalisis, jumlah sampel akan lebih diterima apabila memiliki perbandingan 10:1. Oleh karenaitu, jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah $5 \times 14 = 70$ sample, dan maksimal $10 \times 14 = 140$ sample.

3.6 Teknik pengumpulan data dan Instrumentasi

Sub bab ini menjelaskan instrument dan teknik yang dipakai untuk mengumpulkan data.

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Data sekunder adalah data yang bukan berasal dari subjek penelitian melainkan dari sumber data lain yang memberikan informasi yang sama. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian.

1. Kuesioner atau angket

Kuesioner berisi serangkaian pertanyaan yang telah disusun secara sistematis untuk diajukan kepada responden. Cara penyebaran kuesioner penelitian melalui media sosial seperti WhastApp, Instagram, dan Facebook melalui google form.

2. Studi Kepustakaan

Teknik mengumpulkan data dengan cara menganalisis mendalam, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi bahan kepustakaan dari berbagai sumber yang relevan seperti jurnal, buku, laporan, website dan literatur jenis lainnya yang menyangkut tentang kesadaran halal, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

3.6.2 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini didapat melalui kuesioner atau angket. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah ditentukan sebelumnya yang meminta responden untuk mencatat tanggapan mereka, biasanya dalam format alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Ketika sebuah penelitian bersifat deskriptif, kuesioner cara yang baik untuk mendapatkan data (Sekaran & Bougie, 2016). Google form digunakan untuk menyebarkan kuesioner, yang kemudian dibagikan di media sosial. Skala yang digunakan dalam pengembangan instrument pengukuran ialah numerik.

Skala numerik merujuk pada metode pengukuran yang menggunakan angka atau bilangan sebagai representasi dari besaran atau sifat yang sedang diukur. Skala ini menyediakan informasi kuantitatif yang memungkinkan perbandingan dan analisis statistik. (Sekaran & Bougie, 2016).

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Rentang Jawaban

Pernyataan Kiri	Skala Pengukuran Rentang Jawaban	Pernyataan Kanan
Sangat rendah	1 2 3 4 5 6 7	Sangat tinggi

3.6.2.1 Uji Validitas

Instrumen penelitian yang digunakan harus memenuhi dua syarat utama yaitu valid dan reliabel. Instrumen yang valid mengindikasikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian itu sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin dicapai. Adapun instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa penelitian akan memperoleh hasil yang sama apabila dilakukan berulang kali (Sugiyono, 2016).

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil penelitian dan hasil perhitungan, dibandingkan dengan table korelasi tabel nilai r dengan derajat kebebasan $(N-2)$ dimana N menyatakan jumlah baris atau banyak responden. “ Jika $r_{xy} > r_{0,05}$ maka valid, jika $r_{xy} < r_{0,05}$ maka tidak valid”.

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas X1 (Kesadaran Halal)

No Bulir	Corrected Item-Total Corelation	r_{Tabel}	Keterangan
1	0.354	0.361	Valid
2	0.701	0.361	Valid
3	0.598	0.361	Valid
4	0.700	0.361	Valid
5	0.494	0.361	Valid

Sumber: Lampiran

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas X2 (Kualitas Produk)

No Bulir	Corrected Item-Total Corelation	<i>r</i>Tabel	Keterangan
1	0.694	0.361	Valid
2	0.761	0.361	Valid
3	0.820	0.361	Valid
4	0.687	0.361	Valid
5	0.695	0.361	Valid
6.	0.775	0.361	Valid

Sumber: Pengolahan SPSS

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas X3 (Harga)

No Bulir	Corrected Item-Total Corelation	<i>r</i>Tabel	Keterangan
1	0.695	0.361	Valid
2	0.871	0.361	Valid
3	0.754	0.361	Valid
4	0.489	0.361	Valid

Sumber: Pengolahan SPSS

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas Y (Keputusan Pembelian)

No Bulir	Corrected Item-Total Corelation	<i>r</i>Tabel	Keterangan
1	0.678	0.361	Valid
2	0.716	0.361	Valid
3	0.400	0.361	Valid

4 0.549 0.361 Valid

Sumber: Pengolahan SPSS

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Sementara itu, untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian digunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right)$$

Dimana:

r_{11} : Reabilitas Instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian bulir

σt^2 : Varian total

Rumus Varian adalah:

$$\sigma t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σt^2 : Harga varians total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor total

$(\sum X)^2$: Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N : Jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti item pertanyaan dikatakan reabilitas
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti item pertanyaan dikatakan tidak reabilitas.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas
Cronbach's Alpha

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>r_{Tabel}</i>	Keterangan
Kesadaran Halal	0.774	0.6	Reliabel
Kualitas Produk	0.867	0.6	Reliabel
Harga	0.842	0.6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.732	0.6	Reliabel

Sumber: Pengolahan SPSS

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear berganda, pengujian asumsi klasik, dan analisis statistik deskriptif merupakan poin-poin yang dibahas pada sub bab ini.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Untuk memberikan bukti jawaban atas pernyataan pertama terkait dengan tingkat kesadaran halal, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka dijawab dengan menggunakan analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016). Secara umum, tahap yang dilaksanakan pada pengolahan data pada analisis ini dioperasionalkan menggunakan beberapa poin diantaranya:

a. *Editing*

Dalam proses ini, dilakukan pengecekan ulang terhadap data yang telah diisi oleh responden. Tujuannya adalah untuk memastikan kelengkapan data pada kuesioner secara keseluruhan, sehingga data yang telah dikumpulkan dapat diverifikasi dan dipastikan sesuai dengan persyaratan untuk dilanjutkan ke tahap analisis selanjutnya.

b. *Coding*

Proses ini adalah tahap klasifikasi yang dilakukan untuk mengelompokkan jawaban yang diperoleh dari sampel ke dalam beberapa kategori. Pengelompokan dilakukan dengan memberikan kode pada setiap jawaban.

c. *Scoring*

Proses scoring adalah tahap dimana skor diberikan pada setiap opsi jawaban yang dipilih oleh responden. Proses ini dilakukan dengan cara mengisi kolom pertanyaan yang telah disediakan. Skor diberikan berdasarkan skala semantik diferensial dan bobotnya bergantung pada kategori jawaban yang dipilih.

d. *Tabulating*

Proses ini adalah langkah yang dilakukan untuk memasukkan dan memformat data dari instrumen pengumpulan data ke dalam tabel data. Setelah itu, data yang telah diatur dalam tabel dianalisis menggunakan alat pengolahan data.

Tindakan berikutnya adalah pengelompokan skor setiap variabel yang terdiri dari kelompok tinggi, sedang, dan rendah. Pengkategorian variabel dapat dijabarkan dengan menggunakan formula berikut ini (Azwar, 2012):

$$\text{Rentang interval} = \frac{R}{5} = \frac{\text{Max}-\text{Min}}{5} = \frac{1043-149}{5} = 178,8$$

$$\text{Skor Rendah} = 1 \times 149 = 149 \quad \text{Skor Sangat Tinggi} = 7 \times 149 = 1043$$

Tabel 3.8 Skala Pengukuran Kategori

Skala	Kategori
$864,2 \leq X \leq 1043$	Sangat Tinggi
$685,4 \leq X \leq 864,2$	Tinggi
$506,6 \leq X \leq 685,4$	Sedang
$327,8 \leq X \leq 506,6$	Rendah
$149 \leq X \leq 327,8$	Sangat Rendah

Tabel 3.9 Pemaknaan Kategori Variabel Kesadaran Halal

Kategori	Makna
Sangat Tinggi	Responden yang tergolong dalam kategori sangat tinggi pada variabel Kesadaran Halal (X1) memperlihatkan kriteria pengetahuan yang baik tentang produk halal. Mereka memiliki kesadaran akan pentingnya produk halal, memberikan prioritas pada pembelian produk halal, mampu mengenali ciri-ciri produk halal, dan mengetahui dengan baik proses pengolahan produk halal. Semua faktor ini dianggap sangat penting bagi mereka dalam memilih produk makanan, terutama saat produk tersebut tidak memiliki label halal.
Tinggi	Responden yang termasuk dalam kategori tinggi pada variabel Kesadaran Halal (X1) menunjukkan kriteria pengetahuan yang baik tentang produk halal. Mereka memiliki kesadaran terhadap pentingnya produk halal, memberikan prioritas pada pembelian produk halal, serta dapat mengenali ciri-ciri produk halal dengan baik. Semua aspek ini dianggap penting bagi mereka saat memilih produk makanan, terutama ketika produk tersebut tidak memiliki

label halal.

Sedang	Responden yang termasuk dalam kategori sedang pada variabel Kesadaran Halal (X1) menunjukkan adanya pengetahuan tentang produk halal, kesadaran akan pentingnya produk halal, dan memberikan prioritas pada pembelian produk halal. Aspek-aspek ini dianggap cukup penting bagi mereka saat memilih produk makanan, terutama ketika produk tersebut tidak memiliki label halal.
Rendah	Responden yang termasuk dalam kategori rendah pada variabel Kesadaran Halal (X1) menunjukkan bahwa kriteria pengetahuan tentang produk halal dan kesadaran akan pentingnya produk halal dalam memilih produk makanan tanpa label halal dianggap kurang penting bagi mereka. Hal ini dapat mencerminkan tingkat kesadaran dan pengetahuan yang lebih rendah terkait produk halal dalam kelompok responden ini.
Sangat Rendah	Responden yang tergolong dalam kategori sangat rendah pada variabel Kesadaran Halal (X1) menunjukkan bahwa kriteria pengetahuan tentang produk halal dalam memilih produk makanan tanpa label halal dianggap tidak penting bagi mereka. Ini dapat mencerminkan kurangnya perhatian atau kesadaran terkait produk halal dalam pengambilan keputusan pembelian makanan oleh kelompok responden ini.

Tabel 3.10 Pemaknaan Kategori Variabel Kualitas Produk

Kategori	Makna
Sangat Tinggi	Indikator dengan kategori yang mencapai tingkat sangat tinggi pada variabel Kualitas Produk (X2) mencerminkan kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City yang luar biasa. Faktor-faktor seperti cita rasa yang khas, daya tahan produk, variasi produk, penggunaan bahan premium, dan aroma yang unik semuanya memberikan kontribusi terhadap kualitas yang sangat baik dari produk makanan di AEON Jakarta Garden City. Selain itu, dapat diungkapkan bahwa produk makanan khas AEON Jakarta Garden City secara konsisten melampaui ekspektasi para responden.
Tinggi	Indikator yang menunjukkan kategori tinggi pada variabel Kualitas Produk (X2) menggambarkan keunggulan dalam aspek-aspek seperti cita rasa yang unik, daya tahan produk, variasi produk, dan penggunaan bahan premium. Hal ini mencerminkan bahwa kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City sudah mencapai standar yang baik. Selanjutnya, produk makanan khas dari AEON Jakarta Garden City dianggap sesuai dengan harapan para responden, memperkuat pandangan bahwa pengalaman konsumsi mereka memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi.
Sedang	Indikator dengan kategori sedang pada variabel Kualitas Produk

(X2) mencakup aspek cita rasa yang unik, daya tahan produk, dan variasi produk, yang menunjukkan bahwa kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dapat dianggap cukup baik. Secara tambahan, produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dianggap cukup sesuai dengan harapan para responden, menciptakan persepsi bahwa produk tersebut memenuhi tingkat kepuasan yang memadai.

Rendah	Indikator dengan kategori rendah pada variabel Kualitas Produk (X2) mencakup aspek cita rasa yang unik dan daya tahan produk, menunjukkan bahwa kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dapat dianggap kurang memuaskan. Lebih lanjut, produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dianggap kurang sesuai dengan harapan responden, memberikan gambaran bahwa terdapat ruang untuk perbaikan dalam hal kualitas dan kesesuaian dengan preferensi konsumen.
Sangat Rendah	Responden yang dikategorikan sebagai sangat rendah pada variabel Kualitas Produk (X2) menunjukkan indikator cita rasa yang kurang khas, menimbulkan pandangan bahwa kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dianggap kurang baik. Selain itu, produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dinilai tidak sesuai dengan harapan responden, mencerminkan kebutuhan untuk meningkatkan kualitas dan memenuhi preferensi konsumen yang lebih baik.

Tabel 3.11 Pemaknaan Variabel Harga

Kategori	Makna
Sangat Tinggi	Responden yang termasuk dalam kategori sangat tinggi pada variabel Harga (X3), dengan mempertimbangkan aspek harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas, kebutuhan dan manfaat yang diperlukan, kejelasan harga, serta daya saing harga, menyatakan bahwa harga produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dianggap sangat terjangkau. Selain itu, produk makanan tersebut dinilai sangat sesuai dengan apa yang didapatkan oleh responden. Temuan ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki pemahaman dan penilaian tinggi terhadap aspek harga, merasa puas dengan keterjangkauan dan kesesuaian harga produk tersebut dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
Tinggi	Responden yang termasuk dalam kategori tinggi pada variabel Harga (X3), dengan mempertimbangkan aspek harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas, serta kebutuhan dan manfaat yang diperlukan, menyatakan bahwa harga produk makanan khas AEON Jakarta Garden City sudah terjangkau. Selain itu, produk makanan tersebut dianggap sesuai dengan apa yang didapatkan oleh responden. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dengan tingkat penilaian yang tinggi terhadap aspek harga merasa puas dengan keterjangkauan dan kesesuaian harga produk tersebut dengan

kualitas dan manfaat yang diperoleh.

Sedang	<p>Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel Harga (X3) dan yang memiliki kategori tinggi pada variabel Harga (X3), dengan mempertimbangkan aspek harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas, dan kebutuhan serta manfaat yang diperlukan, menyatakan bahwa harga produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dianggap cukup terjangkau. Selain itu, produk makanan tersebut dinilai cukup sesuai dengan apa yang didapatkan oleh responden. Hal ini menunjukkan bahwa kedua kelompok responden, baik yang memiliki kategori sedang maupun tinggi pada variabel harga, merasa bahwa produk memiliki tingkat keterjangkauan dan kesesuaian harga yang memadai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.</p>
Rendah	<p>Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel Harga (X3), dengan mempertimbangkan aspek harga terjangkau dan kesesuaian harga dengan kualitas, menyatakan bahwa harga produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dianggap kurang terjangkau. Selain itu, produk makanan tersebut dinilai kurang sesuai dengan apa yang didapatkan oleh responden. Temuan ini mencerminkan bahwa kelompok responden dengan kategori rendah pada variabel harga merasa bahwa produk memiliki tingkat keterjangkauan dan kesesuaian harga yang kurang memadai dengan kualitas yang diberikan.</p>
Sangat Rendah	<p>Responden yang memiliki kategori sangat rendah pada variabel Harga (X3), dengan mempertimbangkan aspek harga terjangkau, menyatakan bahwa harga produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dianggap tidak terjangkau. Selain itu, produk makanan tersebut dinilai tidak sesuai dengan apa yang didapatkan oleh responden. Temuan ini menunjukkan bahwa kelompok responden dengan kategori sangat rendah pada variabel harga merasa bahwa produk memiliki tingkat keterjangkauan yang sangat rendah dan tidak sesuai dengan apa yang mereka dapatkan.</p>

Tabel 3.12 Pemaknaan Kategori Variabel Keputusan Pembelian

Kategori	Makna
Sangat Tinggi	<p>Responden yang memiliki kategori sangat tinggi pada variabel Keputusan Pembelian (Y) responden dapat dikatakan sangat yakin terhadap kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dibanding produk sejenis, sangat merekomendasikan produk makanan khas AEON Jakarta Garden City kepada orang lain dan tingkat pembelian ulang produk yang sangat tinggi.</p>
Tinggi	<p>Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel Keputusan Pembelian (Y) responden dapat dikatakan yakin terhadap kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dibanding produk sejenis, merekomendasikan produk</p>

	makanan khas AEON Jakarta Garden City kepada orang lain dan tingkat pembelian ulang produk yang tinggi.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel Keputusan Pembelian (Y) responden dapat dikatakan cukup yakin terhadap kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dibanding produk sejenis, cukup merekomendasikan produk makanan khas AEON Jakarta Garden City kepada orang lain dan tingkat pembelian ulang produk yang sedang.
Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel Keputusan Pembelian (Y) responden dapat dikatakan kurang yakin terhadap kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dibanding produk sejenis, kurang merekomendasikan produk makanan khas AEON Jakarta Garden City kepada orang lain dan tingkat pembelian ulang produk yang rendah.
Sangat Rendah	Responden yang memiliki kategori sangat rendah pada variabel Keputusan Pembelian (Y) responden dapat dikatakan tidak yakin terhadap kualitas produk makanan khas AEON Jakarta Garden City dibanding produk sejenis, tidak merekomendasikan produk makanan khas AEON Jakarta Garden City kepada orang lain dan tingkat pembelian ulang produk yang sangat rendah.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Terdapat tiga uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Di bawah ini merupakan paparan mengenai uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas menurut Sujarweni (2019):

1. Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Data yang berdistribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran normal, dengan profil yang dapat dikatakan bisa mewakili populasi. Sujarweni (2019) menjelaskan ketika tingkat signifikansinya di atas 0,05 maka dapat dikatakan variabel memiliki distribusi normal, namun ketika tingkat signifikansinya di bawah 0,05 maka dapat dikatakan variabel tidak memiliki distribusi normal.
2. Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, uji ini juga dilakukan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai

pengaruh pada uji parsial masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Ketika *Variance Inflation Factor* (VIF) yang didapatkan dalam rentang nilai 1-10, maka dapat dikatakan tidak adanya multikolinieritas.

3. Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser yaitu dengan menguji tingkat signifikansinya. Sujarweni (2019) menjelaskan apabila hasil uji di atas tingkat signifikansinya di atas 0,05 maka dapat dikatakan tidak adanya heteroskedastisitas, sebaliknya apabila tingkat signifikansinya di bawah 0,05 maka dapat dikatakan adanya heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan ketika ingin mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau bisa dikatakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dirumuskan dalam suatu penelitian (Sujarweni, 2019). Jika terdapat lebih dari satu variabel bebas, maka dinamakan analisis regresi berganda. Berikut adalah model regresi pada penelitian ini:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1= Kesadaran Halal

X2= Kualitas Produk

X3= Harga

b1 = Koefisiensi Kesadaran Halal

b2 = Koefisiensi Kualitas Produk

b3 = Koefisiensin Harga

Nilai t statistik dapat digunakan untuk memastikan kemandirian prediktif dari sampel regresi. Uji t adalah metode statistik yang menilai signifikansi

koefisien regresi parsial variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y). Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Sujarweni, 2019). Adapun sistematika pengujiannya adalah dengan menetapkan formulasi H_0 dan H_a , menentukan taraf nyata, menentukan nilai kritis (T_{tabel}), menentukan nilai statistik uji hipotesis, dan pengambilan kesimpulan.

3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Menurut Sugiyono (2014:250), menggunakan rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r^2 = Koefisien determinasi

n = jumlah data

(t-test) hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$
- H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Rancangan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu kesadaran halal (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- $H_0: \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh signifikan
- $H_0: \beta \neq 0$: terdapat pengaruh signifikan

b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kesadaran halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial.

Menurut Sugiyono (2014:257) dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisiensi determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan degree freedom = $k(n-k-1)$ dengan criteria sebagai berikut:

- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$
- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$

Jika terjadi penerimaan H_0 , maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel bebas bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Adapun yang menjadi hipotesis nol H_0 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$: tidak berpengaruh signifikan
- $H_0: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 = 0$: terdapat berpengaruh signifikan

➤ Penetapan tingkat signifikansi

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=0$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Dalam

ilmu-ilmu sosial tingkat signifikansi 0,05 sudah lazim digunakan karena dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antar-variabel yang diteliti.

➤ Penetapan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

Hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diuji dengan menggunakan metode pengujian statistik uji t dan uji F dengan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

Uji t:

- H_0 diterima jika nilai $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$
- H_0 ditolak jika nilai $-t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$

Uji f:

- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$
- H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Langkah terakhir dari analisis data yaitu pengujian hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kesadaran halal terhadap keputusan pembelian.

$H_A : \beta > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kesadaran halal terhadap keputusan pembelian.

b. Hipotesis kedua

$H_0: \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian

$H_A : \beta > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

c. Hipotesis Ketiga

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian.

$H_A : \beta > 0$, artinya terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian.

d. Hipotesis Keempat

$H_0: \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kesadaran halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

$H_A: \beta > 0$, artinya terdapat pengaruh antara halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.