

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh label halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mixue dengan pendekatan manajemen pemasaran. Penelitian ini menggunakan variabel yang terdiri dari

1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa variabel bebas biasanya disebut sebagai variabel stimulus atau *predictor*. Variabel terikat (*dependent*) disebabkan dan dipengaruhi oleh variabel ini. Jadi, "Label Halal (X_1)" dan "Gaya Hidup (X_2)" adalah variabel bebas dalam penelitian ini.

2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas dan biasanya disebut sebagai variabel *output*, kriteria, atau konsekuen. Karena itu, variabel yang diikat dalam penelitian ini adalah "Keputusan Pembelian (Y)."

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek adalah Mixue Ice cream and Tea dengan unit analisa yang dijadikan sebagai responden adalah para pengikut Instagram Mixue Indonesia.

Teknik *cross-sectional* yaitu teknik yang dilakukan dengan mengambil waktu yang relatif singkat untuk meneliti objek dalam kurun waktu tertentu atau tidak secara terus-menerus dalam jangka waktu yang lama, teknik ini digunakan pada penelitian ini karena penelitian ini dapat diselesaikan dalam waktu kurang dari satu tahun (Sekaran & Bougie, 2016).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang menggambarkan fitur dari sesuatu, seperti individu, organisasi, produk, merek, peristiwa, atau situasi (Sekaran & Bougie, 2016).

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mendapatkan gambaran tentang bagaimana label halal dan gaya hidup berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli barang.

Penelitian verifikatif dilakukan dengan cara menguji hipotesis untuk mengetahui hubungan antar variabel (Juniardi et al., 2018). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian verifikatif ini adalah untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh label halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian yang dibuat oleh pengikut Instagram Mixue Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode *explanatory survey* sebagai metode penelitiannya karena jenis penelitiannya adalah penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilakukan dengan cara pengumpulan data lapangan. Dengan tujuan untuk mengetahui pendapat seluruh populasi terhadap objek yang diteliti, maka data dari seluruh populasi dikumpulkan secara langsung di tempat penelitian dengan metode ini.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

TABEL 3. 1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
Label Halal (X1)	Label halal adalah proses penyertaan label yang dirancang untuk melindungi konsumen melalui informasi yang akurat mengenai jumlah, kualitas dan isi produk (Nurlaela et al., 2021)					
	Gambar (Utami, 2013; Kamilah & Wahyuati, 2017; Izzuddin, 2018)	Pengetahuan akan maksud dari gambar label halal serta intensitas dalam memperhatikan gambar label halal sebelum membeli produk	Pengetahuan label Intensitas memperhatikan label	Tingkat pengetahuan akan maksud gambar label halal Tingkat intensitas dalam memperhatikan gambar label sebelum	Interval	1 2
	Tulisan (Utami, 2013; Kamilah & Wahyuati, 2017; Izzuddin, 2018)	Kejelasan tulisan halal pada kemasan atau toko serta pengidentifikasian label halal pada produk	Kejelasan label	Tingkat kejelasan tulisan “halal” pada kemasan produk atau toko	Interval	3
			Identifikasi label	Tingkat dalam pengidentifikasian label halal pada produk berlabel halal	Interval	4
	Kombinasi (Utami,	Pengujian label halal beserta	Pengujian label	Tingkat pengujian kehalalan label	Interval	5

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
	2013; Kamilah & Wahyuati, 2017; Izzuddin, 2018)	pertmbangan untuk pembelian	Pertimbangan pembelian	Tingkat pertimbangan pembelian produk berlabel halal	Interval	6
	Menempel pada kemasan (Utami, 2013; Kamilah & Wahyuati, 2017; Izzuddin, 2018)	Pentingnya mencantumkan label halal pada produk dan menjadi standar kualitas sebuah produk	Pencantuman label	Tingkat pentingnya pencantuman label halal pada produk	Interval	7
			Kualitas berdasarkan label	Tingkat label halal menjadi salah satu faktor kualitas produk	Interval	8
Gaya Hidup (X2)	Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai pola hidup seseorang yang ditunjukkan oleh aktivitas, minat, dan pendapatnya (Sumarwan, 2018)					
	Aktivitas (Sumarwan, 2018)	Mencakup apa yang dilakukan oleh seorang konsumen, kegiatan apa yang mereka lakukan selama waktu luang mereka, dan barang apa yang mereka beli.	Tingkat kebutuhan	Tingkat intensitas membeli produk untuk memenuhi kebutuhan	Interval	9
			Maksud pembelian untuk hiburan	Tingkat pembelian produk dikhususkan untuk hiburan	Interval	10
			Intensitas pembelian	Tingkat intensitas pembelian	Interval	11
	Minat (Sumarwan, 2018)	Dalam konteks ini, minat konsumen lebih ditekankan pada keinginannya untuk menggunakan produk dan jasa yang diinginkannya.	Minat terhadap harga	Tingkat minat pembelian berdasarkan harga	Interval	12
			Minat terhadap kualitas	Tingkat minat pembelian berdasarkan kualitas	Interval	13
			Minat berdasarkan informasi	Tingkat minat pembelian berdasarkan pencarian informasi	Interval	14
	Pendapat (Sumarwan, 2018)	Hal ini mengenai pendapat konsumen terkait diri mereka sendiri, masalah sosial, bisnis dan produk.	Berdasarkan kepuasan varian	Tingkat variasi yang ditawarkan sangat bervariasi	Interval	15
			Berdasarkan kepuasan harga	Tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	Interval	16

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian yaitu proses ketika konsumen memilih apa yang paling disukai, terdapat dua faktor yang menempatkan konsumen dalam proses ini yaitu niat membeli dan melakukan pembelian (Kotler Keller 2016)					
	Product choice (Kotler Keller, 2016)	Merek atau barang akan menimbulkan keterlibatan jika ada semacam resiko yang didasarkan pada pembelian dan penggunaan	Resiko kerusakan	Tingkat resiko kerusakan produk yang diterima	Interval	17
			Kesesuaian produk	Tingkat kesesuaian produk dengan yang diharapkan konsumen	Interval	18
	Brand Choice (Kotler Keller, 2016)	Bagi pelanggan, reputasi merek yang kuat didasarkan pada kepercayaan dan arti baik yang dapat diingat dari dalam ingatan	Persepsi merek	Tingkat ketertarikan konsumen terhadap persepsi merek produk	Interval	19
			Popularitas merek	Tingkat ketertarikan konsumen berdasarkan popularitas merek produk	Interval	20
	Dealer Choice (Kotler Keller, 2016)	Tempat atau distribusi adalah jalur yang membawa barang dari produsen ke pelanggan akhir, baik melalui jalur pendek atau perantara	Kemudahan mendapatkan pelayanan	Tingkat kemudahan menemukan layanan	Interval	21
			Kemudahan menemukan toko	Tingkat kemudahan dalam menemukan tempat pembelian	Interval	22
	Purchase Amount (Kotler Keller, 2016)	Jumlah pembelian menunjukkan keputusan yang dibuat oleh konsumen untuk membeli sesuatu dalam suatu situasi dan bukan hanya satu pilihan	Pembelian ulang	Tingkat repeat order dalam membeli Mixue	Interval	23
			Rekomendasi	Tingkat merekomendasikan produk mixue kepada orang lain	Interval	24
	Purchase Timing (Kotler Keller, 2016)	Keputusan yang dibuat oleh konsumen dipengaruhi oleh lingkungan	Produk sesuai dengan zaman	Tingkat kehadiran produk sesuai dengan perkembangan zaman	Interval	25

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
		mereka saat mereka melakukan pembelian	Produk sesuai dengan pasar	Tingkat kesesuaian produk yang dihadirkan sesuai dengan permintaan pasar	Interval	26
	Payment Method (Kotler Keller, 2016)	Merupakan pilihan pembeli untuk memberikan kompensasi kepada penjual produk atau jasa	Keragaman metode pembayaran	Tingkat keragaman metode pembayaran yang disediakan	Interval	27
			Kemudahan metode pembayaran	Tingkat kemudahan dalam melakukan transaksi dengan berbagai metode	Interval	28

Sumber: diolah dari berbagai literatur

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan berbagai sumber yang terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data langsung yang diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari pembeli melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut Instagram Mixue Indonesia.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017), sumber data sekunder adalah data yang tidak langsung, dimana dalam penelitian ini sumber diperoleh dan berasal dari buku, artikel, jurnal, dan sumber informasi lainnya yang relevan dan terkait dengan subjek penelitian.

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Tujuan dalam Penelitian	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Pendapat konsumen terhadap label halal produk Mixue.	Kuesioner penelitian	Primer	Responden <i>followers</i> Instagram Mixue Indonesia
2	Pendapat konsumen terhadap gaya hidup konsumen	Kuesioner penelitian	Primer	Responden <i>followers</i> Instagram Mixue Indonesia

No	Tujuan dalam Penelitian	Data	Jenis Data	Sumber Data
3	Pendapat konsumen terhadap keputusan pembelian produk Mixue	Kuesioner penelitian	Primer	Responden <i>followers</i> Instagram Mixue Indonesia
4	Nilai pasar <i>bubble tea</i> di Asia Tenggara	Website	Sekunder	Website databox.com
5	Minuman yang dibeli generasi muda	Website	Sekunder	Website Populix.co
6	Platform pencarian informasi yang populer	Website	Sekunder	Website Populix.co
7	Data penjualan Mixue sampai Q3 2023	Website	Sekunder	Statista.co
8	Jumlah gerai Mixue per sampai 2021	Website	Sekunder	Website Databox.com
9	Jumlah gerai Mixue 2024	Website	Sekunder	Mixueindonesia.co.id
10	Jumlah pengikut Instagram Mixue	Instagram	Sekunder	Instagram Mixue Indonesia

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data, 2024

3.2.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki atribut dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sebelum mencapai kesimpulan. Pengikut halaman Instagram resmi Mixue Indonesia yang berukuran 255.000 (diakses pada Juni 2024) akan menjadi populasi pada penelitian ini.

2. Sampel

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari karakteristik populasi. Dengan demikian, untuk mempermudah proses penelitian, sampel yang berguna diperlukan untuk populasi yang luas.

Untuk mengambil sampel populasi, rumus yang digunakan adalah seperti berikut (Al Rasyid, 1994:44):

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

Sedangkan n_o dapat dicari dengan rumus berikut

$$n_o = \left[\frac{Z \left(1 - \frac{\alpha}{2} \right) s}{\delta} \right]$$

keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

s = Simpangan baku variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Empirical Rule*

S = *Bound of errors* yang bisa ditolerir atau dikehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung sebesar sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu:

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Jumlah item = 28
- c. Nilai tertinggi skor responden: $(28 \times 7) = 196$
- d. Nilai terendah skor responden: $(28 \times 1) = 28$
- e. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai Terendah = $196 - 28 = 170$
- f. Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (*population standard deviation*)

Parameter S (standar deviasi) bisa diperoleh:

- 1) berdasarkan hasil pra survey,
- 2) berdasarkan hasil penelitian pendahuluan,
- 3) berdasarkan aturan deming (*Deming's Empirical Rule*).

Menurut tiga aturan Deming, ada hubungan antara rentang dengan simpangan baku. Pertama, jika distribusi nilai-nilai numerik variabel yang diteliti simetris, maka hubungan antara rentang dengan simpangan baku dinyatakan oleh $S = 0,24$. Kedua, jika distribusi nilai-nilai variabel yang diteliti tidak simetris atau miring, baik ke kiri maupun ke kanan, maka hubungan antara rentang dengan simpangan baku dinyatakan oleh $S = 0,24$. Ketiga, apabila distribusi nilai-nilai numerik variabel yang sedang diteliti bentuknya *uniform*, maka hubungan antara rentang dengan simpangan baku dinyatakan $S \approx 0,29$.

Dikarenakan penelitian ini mencakup lebih dari satu variabel dan bentuk sebaran data tidak simetris atau miring, maka diperoleh $S=0,21$ berdasarkan aturan Deming. Dengan demikian, simpangan baku dapat dihitung sebagai berikut.

$$S=0,21 \times 170=35,7$$

- g. Dengan derajat kepercayaan 95% dimana α sebesar 5%

$$Z \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)$$

$$Z \times 0,975 = 1,96$$

(dilihat dari tabel z maka akan diperoleh nilai 1,96)

Adapun perhitungan ukuran sampel yang digunakan dengan mencari nilai n_o terlebih dahulu

$$\begin{aligned} n_o &= \left[\frac{Z \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) s}{\delta} \right]^2 \\ &= \left[\frac{(1,96)(35,7)}{5} \right]^2 \\ &= 195,84 \end{aligned}$$

Kemudian dilakukan perhitungan untuk mencari jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut

$$\begin{aligned} n &= \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \\ &= \frac{195,84}{1 + \frac{195,84}{255.000}} \\ &= 195,68 \\ &\approx 196 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus di atas, ukuran sampel minimal pada penelitian ini adalah 196 responden. Kemudian sampel ditambah sebanyak 54 responden sehingga total sampel yang akan diuji sebanyak 250 responden. Hal ini untuk mengantisipasi adanya *outlier* data setelah dilakukannya pengambilan sampel dan

jumlah sampel yang besar sangat kritis agar memungkinkan mendapat estimasi parameter yang tepat.

3.2.5 Teknik Sampling

Sampling merupakan sebuah proses memilih individu, objek, atau peristiwa yang tepat sebagai perwakilan untuk seluruh populasi (Sekaran & Bougie, 2016). *Sampling* bertujuan untuk mempelajari hubungan antara sebaran variabel dalam populasi sasaran dan sebaran variabel yang sama dalam sampel penelitian.

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa teknik pengambilan sampel terdiri dari dua kategori:

1. *Probability Sampling*

Adalah metode pengambilan sampel di mana setiap populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.

2. *Non-Probability Sampling*

Adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang kepada setiap populasi untuk menjadi bagian dari sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik probabilitas sampel karena setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Metode *simple random sampling* digunakan dalam penelitian ini, yang berarti setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Pengambilan sampel dengan metode ini dapat dilakukan melalui undian secara acak.

Keseluruhan populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram Mixue Indonesia. Dari keseluruhan populasi tersebut, peneliti memilih 250 responden dengan menggunakan rumus Al Rasyid. Untuk mengambil sampel peneliti menerapkan langkah-langkah berikut:

1. Membuat kerangka sampel menggunakan ekstensi *Chrome (Phantom Booster)* untuk mengekstrak data nama pengguna pengikut Instagram Mixue Indonesia.
2. Selanjutnya, mendapatkan urutan responden secara acak dengan menggunakan Microsoft Excel dan menggunakan formula

"=RANDBETWEEN (1; n)" sampai terkumpul sampel sebanyak 250 responden.

3. Kemudian, menghubungi responden melalui pesan langsung di Instagram.

3.2.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, metode pengumpulan data yang akan digunakan terdiri dari:

1. Studi Literatur

Data dan informasi dikumpulkan dengan cara mempelajari terlebih dahulu berbagai laporan, referensi, jurnal, kepustakaan, buku dan literatur lain yang memiliki hubungan yang menyangkut masalah yang sama dengan penelitian ini guna memperoleh data yang dapat digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Penelitian ini berasal dari berbagai sumber, termasuk skripsi dan disertasi, jurnal ekonomi dan bisnis, media elektronik seperti Google Scholar, Google Book, Science Direct, Emerald Insight, Elsevier, dan Taylor & Francis, dan buku elektronik seperti iPusnas dan Eperpusdikbud.

2. Kuisisioner

Menggunakan metode pengumpulan data, daftar pertanyaan diberikan kepada responden untuk mendapatkan informasi tentang label halal, gaya hidup, dan keputusan pembelian. Sebuah kuesioner akan disebarluaskan secara online melalui formulir Google dan secara langsung dikirim melalui pesan langsung ke media sosial Instagram responden.

3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data sangat penting untuk penelitian karena mereka akan menunjukkan variabel yang diteliti dan membantu membentuk hipotesis. Ada kemungkinan pemalsuan data selama proses pengumpulan data, dan berbagai teknik pengumpulan data tidak selalu mudah. Akibatnya, untuk mendapatkan kualitas terbaik, pengujian data diperlukan dalam penelitian ini. Angket penelitian yang diberikan kepada responden diuji validitas dan reliabilitasnya, karena data yang valid dan reliabel mempengaruhi keberhasilan hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan data interval, yang menunjukkan jarak antara satu sama lain dan memiliki bobot yang sama. Skala pengukuran *semantic differential* juga digunakan. Uji validitas dan reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software* atau program komputer *IBM Statistical Product for Service Solutions (SPSS)* versi 27.0 untuk Windows.

3.2.7.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah kualitas alat, teknik, atau proses yang digunakan untuk menilai ide (Sekaran & Bougie, 2016). Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk untuk menunjukkan seberapa baik penggunaan yang diperoleh sesuai dengan teori yang dirancang dalam tes. Konvergen dan diskriminasi validitas digunakan untuk mengevaluasinya. Alat ukur tersebut dapat dikatakan memiliki validitas jika skor setiap item disusun menurut dimensi konsep korelasi dengan skor totalnya. Nilai yang dihasilkan dari pertanyaan untuk setiap item dengan skor totalnya adalah nilai yang dihasilkan dari penjumlahan semua skor item.

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadran skor dalam distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadran skor dalam distribusi Y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan dapat disajikan dengan kriteria. Pertama item pernyataan penelitian valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$) kedua, jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$) maka item pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

Semua instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini akan diuji validitasnya untuk memastikan apakah instrumen yang digunakan untuk menemukan data primer penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur.

Berdasarkan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas $db=n-2$ ($45-2=43$), maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,294. Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel label halal (X_1), gaya hidup (X_2), dan keputusan pembelian (Y) dihitung menggunakan program *SPSS 27.0 for Windows*. Hasil ini menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner penelitian tersebut adalah valid karena skor hitungnya lebih besar dari pada r_{tabel} yang dihasilkan dari kuesioner yang diuji sebanyak 45 responden. Berikut ini merupakan Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Label Halal.

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS LABEL HALAL

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Tulisan				
1	Pembeli paham akan maksud adanya label halal	0,394	0,294	Valid
2	Jarang memperhatikan label halal pada kemasan atau toko sebelum membeli	0,473	0,294	Valid
Gambar				
3	Tulisan halal pada produk atau toko terlihat jelas	0,573	0,294	Valid
4	Adanya tulisan halal tidak membantu dalam mengidentifikasi bahwa produk Mixue halal	0,705	0,294	Valid
Kombinasi				
5	Label halal pada produk Mixue bukan label halal resmi dari MUI	0,731	0,294	Valid
6	Adanya label halal menjadi pertimbangan dalam membeli produk Mixue	0,801	0,294	Valid
Menempel pada kemasan				
7	Mencantumkan label halal pada produk Mixue tidak penting	0,576	0,294	Valid
8	Kualitas produk Mixue dapat dinilai dengan adanya label halal	0,537	0,294	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2024 menggunakan *SPSS 27.00 For Windows*

Berdasarkan Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Label Halal setiap pernyataan dinyatakan valid sesuai dengan ketentuan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pada instrumen variabel Label Halal dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi kombinasi dengan item pernyataan “Adanya label halal menjadi pertimbangan dalam membeli produk Mixue” dengan nilai r_{hitung} 0,801. Selanjutnya untuk nilai terendah terdapat pada dimensi tulisan yaitu pada item pernyataan “Pembeli paham akan maksud adanya label halal” dengan nilai r_{hitung} 0,394.

TABEL 3. 4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS GAYA HIDUP

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Aktivitas				
9	Membeli produk Mixue bukan karena kebutuhan	0,545	0,294	Valid
10	Membeli Mixue dalam rangka menghibur diri (<i>Self reward</i> dsb)	0,755	0,294	Valid
11	Intensitas dalam membeli produk Mixue	0,614	0,294	Valid
Minat				
12	Harga yang ditawarkan Mixue tidaklah murah	0,720	0,294	Valid
13	Membeli produk Mixue karena kualitas yang bagus	0,726	0,294	Valid
Pendapat				
14	Membeli Mixue berdasarkan informasi yang didapatkan (Sosial media, berita viral, teman/keluarga)	0,811	0,294	Valid
15	Mixue tidak mempunyai banyak varian rasa yang dapat dipilih	0,611	0,294	Valid
16	Harga yang ditawarkan Mixu sesuai dengan kualitas produk	0,654	0,294	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2024 menggunakan SPSS 27.00 *For Windows*

Berdasarkan Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Gaya Hidup setiap pernyataan dinyatakan valid sesuai dengan ketentuan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pada instrumen variabel Gaya Hidup dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi pendapat dengan item pernyataan “Membeli Mixue berdasarkan informasi yang didapatkan (Sosial media, berita viral, teman/keluarga)” dengan nilai r_{hitung} 0,811. Selanjutnya untuk nilai terendah terdapat pada dimensi aktivitas yaitu pada item pernyataan “Membeli produk Mixue bukan karena kebutuhan” dengan nilai r_{hitung} 0,545.

TABEL 3. 5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Product choice				
17	Produk Mixue memiliki tingkat kerusakan yang rendah	0,537	0,294	Valid
18	Produk Mixue hadir tidak sesuai dengan harapan konsumen	0,659	0,294	Valid
Brand choice				
19	Tertarik dengan produk Mixue karena persepsi produk Mixue (contohnya: produk Mixue terkenal karena rasa yang enak dengan harga murah)	0,759	0,294	Valid
20	Membeli Mixue bukan karena popularitas mereknya	0,637	0,294	Valid

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Dealer choice</i>				
21	Mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan layanan esmi	0,763	0,294	Valid
22	Sulit menemukan tempat untuk membeli produk Mixue	0,441	0,294	Valid
<i>Purchase amount</i>				
23	Akan membeli produk Mixue dilain kesempatan	0,704	0,294	Valid
24	Tidak akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli Mixue	0,705	0,294	Valid
<i>Purchase timing</i>				
25	Produk yang ditawarkan Mixue sesuai dengan perkembangan zaman	0,761	0,294	Valid
26	Produk yang ditawarkan Mixue tidak sesuai dengan permintaan dan selera pasar	0,798	0,294	Valid
<i>Payment method</i>				
27	Metode pembayaran yang disediakan Mixue sangat beragam	0,621	0,294	Valid
28	Metode pembayaran yang ditawarkan sangat sulit	0,433	0,294	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2024 menggunakan SPSS 27.00 *For Windows*

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian setiap pernyataan dinyatakan valid sesuai dengan ketentuan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pada instrumen variabel Keputusan Pembelian dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi *purchase timing* dengan item pernyataan “Produk yang ditawarkan Mixue tidak sesuai dengan permintaan dan selera pasar” dengan nilai r_{hitung} 0,798. Selanjutnya untuk nilai terendah terdapat pada dimensi *payment method* yaitu pada item pernyataan “Metode pembayaran yang ditawarkan sangat sulit” dengan nilai r_{hitung} 0,433.

3.2.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Seberapa bebas kesalahan data sehingga dapat memastikan pengukuran yang konsisten di seluruh instrumen sepanjang waktu dikenal sebagai reliabilitas. Sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak disebut reliabilitas. Reliabilitas didefinisikan oleh Malhotra (2015) sebagai indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen yang digunakan untuk mengukur konsep dan membantu menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran & Bougie, 2016). Reliabilitas diukur dengan melihat bagaimana skor dari berbagai skala administrasi berkorelasi satu sama lain. Skala dengan korelasi tinggi akan menghasilkan hasil yang konsisten, yang menunjukkan bahwa itu dapat

Aditia Rohman, 2024

dianggap reliabel.

Pegujian instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown yaitu

$$r_1 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan : r_1 = Reliabilitas seluruh instrumen

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Keputusan uji reliabilitas didasarkan pada kriteria berikut pertama, jika koefisien internal seluruh item (r_i) lebih besar dari tabel dengan tingkat signifikansi 5%, maka item pertanyaan dianggap reliabel kedua, jika koefisien internal seluruh item (r_i) kurang dari tabel dengan tingkat signifikansi 5%, maka item pertanyaan dianggap tidak reliabel.

Berdasarkan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas $df=n-2$ ($45-2=43$), diperoleh r_{tabel} sebesar 0,294. Hasil pengujian yang dihitung menggunakan program SPSS versi 27.0 untuk Windows menunjukkan bahwa semua variabel penelitian tersebut adalah reliabel, karena skor hitung mereka lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,294. Berikut ini merupakan Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas

TABEL 3. 6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Label Halal	0,821	0,294	Reliabel
2	Gaya Hidup	0,857	0,294	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0,869	0,294	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2024 (Menggunakan SPSS 27.00 *For Windows*)

Karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , semua variabel dapat dianggap valid, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas. Variabel label halal dengan nilai r_{hitung} 0,821 lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,294, variabel gaya hidup dengan nilai r_{hitung} 0,857 lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,294, dan variabel keputusan pembelian dengan nilai r_{hitung} 0,869 lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,294. Selain itu, semua variabel yang diteliti dianggap dapat reliabel karena memiliki nilai di atas 0,80 berdasarkan kriteria pengujian uji reliabilitas *split half*.

Aditia Rohman, 2024

PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.8 Teknik Analisis Data

Menurut (A. W. Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016) analisis data diartikan sebagai upaya transformasi data menjadi informasi, memungkinkan pemahaman yang mudah terhadap karakteristik atau sifat-sifat data untuk menjawab rumusan masalah. Penelitian ini menggunakan instrumen angket atau kuesioner yang dirancang berdasarkan variabel yang dipelajari. Setelah data responden dikumpulkan, analisis data dilakukan dalam tahapan berikut:

1. Menyusun data: kegiatan ini memeriksa identitas responden, kelengkapan data, dan isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data: kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan sempurna dan akurat.
3. Tabulasi data: kegiatan ini melakukan langkah-langkah berikut:
 - a. Menambah data ke Microsoft Office Excel
 - b. Beri skor untuk setiap item
 - c. Menjumlahkan nilai dari semua item
 - d. Menciptakan peringkat berdasarkan skor untuk setiap variabel penelitian
4. Analisis data dengan metode analisis data regresi linear berganda.

Penelitian ini meneliti bagaimana Label Halal (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) berpengaruh pada keputusan pembelian (Y). Penelitian ini menggunakan skala pengukuran *semantic differential scale*, yang biasanya terdiri dari tujuh poin dengan atribut bipolar untuk mengukur arti objek atau konsep bagi responden (Sekaran & Bougie, 2016). Selanjutnya, data interval dikumpulkan. Dalam penelitian ini, *range* terdiri dari 7 angka; nilai 7 menunjukkan persepsi yang sangat positif, sedangkan nilai 1 menunjukkan persepsi yang sangat negatif. Kategori kriteria dan jawaban dapat dilihat pada Tabel bawah ini:

TABEL 3. 7
SKOR ALTERNATIF

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi/Sangat Baik/Sangat Setuju/Sangat Sesuai/Sangat Menarik	Rentang Jawaban		Sangat Rendah/Sangat Buruk/Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Sesuai/Sangat Tidak Menarik
Positif 7	6	5	4	3
		2	1	Negatif

Sumber: Modifikasi dari (Sekaran & Bougie, 2016)

3.2.8.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menilai kekuatan hubungan antar variabel melalui analisis korelasi. Selain itu, data rata-rata sampel atau populasi dibandingkan tanpa menguji signifikansinya. Faktor-faktor yang terlibat dalam penelitian, yaitu pengaruh label halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian, digambarkan dan dijelaskan melalui angket atau kuesioner. Hasil survei diproses dalam tiga tahap: persiapan, tabulasi, dan penerapan data untuk metodologi penelitian. Ketiga variabel penelitian tersebut dianalisis secara deskriptif melalui proses berikut:

1. Skor Ideal

Skor yang diharapkan ideal untuk jawaban pertanyaan angket kuesioner disebut skor ideal. Untuk mengetahui hasil dari masing-masing variabel, skor ini akan dibandingkan dengan skor total. Alat kuesioner digunakan untuk mengajukan pertanyaan kepada sampel atau responden penelitian. Untuk membantu proses penilaian dan analisis data yang ditemukan, skoring diperlukan karena jumlah pertanyaan yang dimuat dalam penelitian sangat besar. Rumus berikut digunakan untuk mencari skor ideal:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

2. Tabel Analisis Deskriptif

Variabel-variabel penelitian dideskripsikan melalui analisis deskriptif. Beberapa analisis deskriptif termasuk: 1) Analisis Deskriptif Variabel X_1 (Label Halal),

di mana variabel X_1 terfokus pada penelitian melalui gambar, tulisan, kombinasi, dan

Aditia Rohman, 2024

PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menempel pada kemasan; 2) Analisis Deskriptif Variabel X₂ (Gaya Hidup), di mana variabel X₂ terfokus pada penelitian melalui kegiatan, minat, dan pendapat; dan 3) Analisis Deskriptif Variabel Y. Hasil perhitungan dikategorikan menggunakan kriteria penafsiran persentase dari nol hingga seratus persen.

TABEL 3. 8
ANALISIS DESKRIPTIF

No	Pernyataan	<u>Alternatif Jawaban</u>							Total	Skor Ideal	Total Skor PerItem	% Skor
		7	6	5	4	3	2	1				
Skor												
Total Skor												

Sumber : Modifikasi dari (Sekaran & Bougie, 2016)

Untuk mengklasifikasikan hasil perhitungan, penelitian ini menggunakan kriteria interpretasi persentase mulai dari 0% hingga 100 berdasarkan pedoman peraturan. seperti yang disajikan pada Tabel 3.4 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden sebagai berikut.

TABEL 3. 9
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak seorang pun
2	1% - 25%	Sebagian kecil
3	26% - 49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian besar
6	76% - 99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber : Modifikasi dari (Sekaran & Bougie, 2016)

3. Garis Kontinum

Setelah hasil perhitungan disusun sesuai dengan kriteria penafsiran, garis kontinum dengan tujuh tingkatan dibuat: sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, sedang, cukup rendah, rendah, dan sangat rendah. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masing-masing variabel, tujuan membuat garis kontinum ini adalah untuk melihat bagaimana skor total masing-masing variabel dibandingkan satu sama lain.

Aditia Rohman, 2024

PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sebagai contoh, berikut adalah desain prosedur yang digunakan untuk membuat garis kontinum:

Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum Tertinggi = Skor tertinggi x Jumlah pertanyaan x Jumlah responden

Kontinum Terendah = Skor terendah x Jumlah pertanyaan x Jumlah responden

Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat

$$\text{Skor setiap tingkatan} = \frac{\text{kontinum tertinggi} - \text{kontinum terendah}}{\text{Banyaknya tingkatan}}$$

Membuat garis kontinum dan mengidentifikasi lokasi skor hasil penelitian. menghitung persentase letak skor penelitian (skala penilaian) dalam garis kontinum sebagai persentase dari skor/skor maksimum kali 100%. Gambar berikut menunjukkan garis kontinum penelitian.



GAMBAR 3. 1
GARIS KONTINUM PENELITIAN

Keterangan :

A= Skor minimum Σ = Jumlah perolehan skor

b = Jarak interval N = Skor ideal teknik analisis data verifikatif

3.2.8.2 Analisis Data Verifikatif Menggunakan Regresi Linear Berganda

Pengaruh label halal (X_1) dan gaya hidup (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) diteliti melalui teknik analisis data verifikatif. Studi ini menganalisis tiga variabel dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda karena analisis data memerlukan ketepatan. Prosedur kerja berikut dapat digunakan untuk menerapkan metode analisis linier berganda:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data mempunyai distribusi yang cukup normal untuk digunakan dalam statistik parametrik. Tujuan dari uji

normalitas data adalah dengan menggunakan plot probabilitas normal untuk memeriksa apakah variabel normal dan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal. Model regresi data dapat dikatakan berdistribusi normal jika distribusinya terletak di sekitar *diagonal plot* probabilitas normal. Artinya data berpindah dari kiri ke atas kanan.

Kriteria yang berlaku untuk menentukan kenormalan adalah sebagai berikut: a) Tetapkan taraf signifikansi uji $\alpha = 0,05$; b) Bandingkan taraf signifikansi uji dengan yang diperoleh; c) Jika taraf signifikansi yang diperoleh lebih besar dari α , maka sampel berasal dari populasi dengan distribusi normal; dan d) Jika taraf signifikansi yang diperoleh lebih rendah dari α , maka sampel berasal dari populasi dengan distribusi tidak normal.

2. Uji Linearitas Data

Penggunaan F_{test} dapat digunakan untuk membuktikan pengujian linearitas data untuk uji linearitas regresi variabel X terhadap variabel Y. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan kemungkinan adanya hubungan linier antara variabel X dan variabel Y. Berdasarkan tabel ANOVA, besarnya F_{hitung} dapat ditentukan dengan uji ANOVA atau F_{test} , sedangkan besarnya F_{tabel} dapat ditentukan dengan menggunakan DK pembilang (dk una cocok, $k-2$) dan DK penyebut (dk kesalahan, $n-k$) dengan taraf kesalahan (α) = 0,05 dengan kriteria penolakan hipotesis: jika F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan tingkat signifikansi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menilai apakah terdapat perbedaan variasi residu antara observasi yang satu dengan observasi yang lain dalam model regresi. Jika variasi residu tetap ada dari satu observasi ke observasi berikutnya, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas. Akibat dari heteroskedastisitas adalah setiap perubahan dalam variabel terikat akan mengakibatkan perubahan dalam kesalahan (residual) secara sejalan, baik itu peningkatan maupun penurunan.

Dengan kata lain, konsekuensinya adalah jika variabel terikat meningkat, kesalahan juga akan meningkat. Oleh karena itu, model regresi yang baik adalah yang homoskedastis atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Metode Glejser menguji heteroskedastisitas dengan menyusun regresi antara nilai absolut residual dan variabel bebas. Jika tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$), maka tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Kriteria untuk uji heteroskedastisitas metode Glejser adalah nilai thitung \leq ttabel dan nilai signifikansi $\geq 0,05$. Dengan demikian, data dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Apabila variabel bebas saling berkorelasi, hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel tersebut tidak bersifat orthogonal. Variabel bersifat orthogonal ketika nilai korelasi antara variabel bebas adalah nol satu sama lain. Tujuan dari deteksi multikolinearitas adalah untuk memastikan bahwa variabel bebas dalam model regresi tidak saling tergantung satu sama lain, untuk mendeteksi adanya multikolinearitas yakni sebagai berikut:

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris adalah nilai yang sangat tinggi. Namun, variabel bebas individu memiliki dampak yang sangat kecil terhadap variabel terikat.
- b. Melakukan analisis matriks korelasi dari masing-masing variabel bebas; jika ada korelasi yang cukup tinggi, biasanya di atas 0,90, maka ada multikolinieritas.
- c. Multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai tolerabilitas dan faktor inflasi variasi (VIF).

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Karena penelitian ini menganalisis lebih dari dua variabel, teknik analisis regresi linier berganda digunakan. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel

dependen (kriterium) atau cara dua atau lebih variabel independen berfungsi sebagai faktor prediktor (naik turun nilainya).

Jadi analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua). Persamaan Regresi linier berganda dirumuskan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan

Y : Nilai variabel terikat yang diprediksikan keputusan pembelian

a : Konstanta atau bila $X=0$

b_1, b_2 : Koefisien Regresi

X_1 : Label halal

X_2 : Gaya hidup

Untuk menyelesaikan persamaan tersebut, diperlukan rumus-rumus sebagai berikut dimana Rumus-rumus yang diperlukan untuk menghitung a, b_1 dan b_2 adalah sebagai berikut

$$a = \frac{(\sum y) - b_1(\sum x_1) - b_2(\sum x_2)}{N}$$

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$1. \sum y^2 = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}$$

$$2. \sum x_1^2 = \sum x_1^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{N}$$

$$3. \sum x_2^2 = \sum x_2^2 - \frac{(\sum x_2)^2}{N}$$

$$4. \sum x_1 y = \sum x_1 y - \frac{(\sum x_1)(\sum y)}{N}$$

$$5. \sum x_2 y = \sum x_2 y - \frac{(\sum x_2)(\sum y)}{N}$$

$$6. \sum x_1 x_2 = \sum x_1 x_2 - \frac{(\sum x_1)(\sum x_2)}{N}$$

Nilai X_1 dan X_2 mempengaruhi Y jika ada perubahan nilai X_1 dan X_2 yang menyebabkan perubahan nilai Y; dengan kata lain, jika nilai X_1 dan X_2 naik atau turun, nilai Y juga naik atau turun. Namun, perubahan nilai Y ini tidak hanya disebabkan oleh X_1 dan X_2 karena ada faktor lain yang menyebabkannya.

Rumus koefisien determinasi juga dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar atau kecil kontribusi X terhadap Y. Koefisien determinasi, yang juga dikenal

Aditia Rohman, 2024

PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sebagai kuadrat koefisien korelasi, digunakan untuk menunjukkan seberapa besar sumbangan variabel X terhadap Y, sehingga diketahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X terhadap Y. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut Riduwan (2008:136):

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi r = Koefisien Korelasi 100% = Konstanta

Pedoman interpretasi koefisien penentu yang ditunjukkan dalam tabel juga digunakan untuk memahami seberapa besar pengaruh label halal dan gaya hidup pada keputusan pembelian. Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pengaruh, dapat diklasifikasikan menurut tabel berikut.

TABEL 3. 10
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH
(GUILFORD)

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1000	Sangat kuat

Sumber: Sekaran & Bougie (2016)

3.3 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda dalam penelitian ini. Selanjutnya, metode tersebut akan diperinci dan dijelaskan secara lebih rinci dalam proses pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui dampak lebih dari satu variabel *independent* atau variabel bebas terhadap variabel terikat atau variabel *dependent*. Pengujian hipotesis adalah tahap terakhir dari analisis data. Hipotesis yang telah dibuat harus diuji

dengan uji statistika yang tepat. Untuk menguji hipotesis penelitian, analisis regresi linear berganda akan digunakan untuk menjelaskan hasilnya.

1. Uji t (Parsial)

Uji t dalam penelitian digunakan untuk menentukan apakah variabel-variabel *independen* secara parsial mempengaruhi variabel *dependen* secara nyata atau tidak. Uji t dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$t = \frac{b}{Sb}$$

b = koefisien regresi variabel Sb = *standard error variable*

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus terlebih dahulu nilai dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$ atau $\alpha = 0,05$ dengan derajat dk ($n-2$) serta uji dua pihak, maka:

- a. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2. Uji F (Simultan)

Uji F pada regresi dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27.0 for Windows, dengan ketentuan F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan tingkat signifikan 0,05.

$$F = \frac{JK_{reg}/k}{JK_{res}/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- F = nilai F
 JK_{reg} = jumlah kuadrat regresi
 JK_{res} = jumlah kuadrat residu
 n = jumlah anggota sampel
 k = jumlah variabel *independen*

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus terlebih dahulu nilai dari F_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari F_{tabel} dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$ atau $\alpha = 0,05$ dengan uji dua pihak, maka:

- a. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Berdasarkan perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui apakah hipotesis diterima atau tidak:

1. H_0 = Regresi tidak berarti
2. H_a = Regresi berarti

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

1. $H_{01} : \beta \leq 0$, artinya label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2. $H_{a1} : \beta > 0$, artinya label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian
3. $H_{02} : \beta \leq 0$, artinya gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
4. $H_{a2} : \beta > 0$, artinya gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian
5. $H_{03} : \beta \leq 0$, artinya label halal dan gaya hidup tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian
6. $H_{a3} : \beta > 0$, artinya label halal dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian