

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian *street food* yang belum bersertifikat halal yang diukur oleh pengaruh variabel kesadaran halal, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan religiositas. Variabel kesadaran halal (X1), norma subjektif (X2), dan persepsi kontrol perilaku (X3) berperan sebagai variabel eksogen, sementara religiositas (X4) bertindak sebagai variabel moderator, dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel endogen.

Kemudian, subjek penelitian ini adalah masyarakat muslim generasi Z di Bali, khususnya mereka yang pernah membeli dan mengonsumsi *street food* yang belum bersertifikat halal di Bali. Lalu, untuk waktu pengambilan data dilakukan pada bulan Juli tahun 2025. Provinsi Bali dipilih karena merupakan wilayah dengan populasi mayoritas non-muslim, dengan mayoritas penduduk beragama Hindu. Selain itu, Bali pernah masuk dalam daftar *The World's 50 Best Cities For Street Food-Obsessed Travellers* pada tahun 2019 (Papadopoulos, 2019), yang dapat membuka peluang besar bagi perkembangan industri halal di Bali.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Data kuantitatif merupakan informasi yang disajikan dalam bentuk angka dan biasanya diperoleh melalui penyusunan pertanyaan yang bersifat terstruktur (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 2). Metode kuantitatif digunakan untuk menggambarkan perilaku, pandangan, atau kecenderungan sampel dari populasi secara numerik (Creswell dan Creswell, 2018). Penelitian kausal dilakukan untuk mengetahui apakah satu variabel dapat menyebabkan perubahan pada variabel lain, dengan tujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penyebab suatu masalah (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 44).

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan atau pedoman yang digunakan untuk mengatur proses pengumpulan, pengukuran, dan analisis data guna menjawab pertanyaan dalam penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 95). Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dan kausal yang bertujuan untuk menggambarkan serta menjelaskan hubungan antar variabel, baik dalam bentuk deskripsi umum, keterkaitan, maupun hubungan sebab-akibat.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Bagian ini menguraikan definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu kesadaran halal (X1), norma subjektif (X2), persepsi kontrol perilaku (X3), religiositas (X4), serta keputusan pembelian (Y). Perumusan operasional variabel dilakukan guna mempermudah dalam mengukur konsep yang diteliti.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No.	Konsep Teoretis	Indikator	Ukuran	Skala
1	Kesadaran Halal (X1) merupakan pengetahuan dan pemahaman umat muslim mengenai hal-hal yang diizinkan dan dilarang menurut hukum syariah (Irfany et al., 2024).	Memastikan kehalalan produk (Rafiki et al., 2024)	Tingkat kepedulian atau perhatian seseorang terhadap kehalalan.	Interval
		Prioritas membeli produk halal (Sari et al., 2023)	Frekuensi pembelian produk halal	Interval
2	Norma Subjektif (X2) adalah faktor penting yang mendorong seseorang dalam mengambil keputusan pembelian, yang dipengaruhi oleh pandangan atau pendapat dari orang lain di sekitarnya (Aryadhe et al., 2018).	<i>Normative belief</i> (keyakinan normatif) (Ajzen, 1991)	Tingkat kesepakatan atau persepsi terhadap harapan orang lain.	Interval
		<i>Motivation to comply</i> (motivasi mematuhi) (Ajzen, 1991)	Tingkat motivasi atau kemauan seseorang untuk mengikuti keinginan atau harapan orang-orang yang dianggap penting.	Interval
3	Persepsi Kontrol Perilaku (X3) adalah persepsi mengenai sejauh mana perilaku tersebut	<i>Control belief</i> (Fishbein dan Ajzen, 2005; Susanto dan	Tingkat kesadaran individu terhadap adanya hambatan atau kemudahan	Interval

No.	Konsep Teoretis	Indikator	Ukuran	Skala
	dianggap dapat dikendalikan (Awan et al., 2015).	Sahetapy, 2021; Bagher, Salari, dan Ghaffari, 2018)	dalam membeli produk halal	
		<i>Power of control</i> (Fishbein dan Ajzen, 2005; Susanto dan Sahetapy, 2021; Bagher, Salari, dan Ghaffari, 2018)	Tingkat kemampuan individu untuk mengatasi hambatan atau memanfaatkan kemudahan dalam membeli produk halal	Interval
4	Religiositas (X4) merupakan kekuatan keyakinan dan sikap seseorang terhadap ajaran agama yang diyakininya, yang tercermin melalui pelaksanaan ibadah dan perilaku keagamaan dalam relasi vertikal dengan Tuhan maupun relasi sosial antar sesama manusia, sebagai bagian dari upaya mencari makna hidup dan kebahagiaan (Suryadi dan Hayat, 2021).	Keyakinan (Glock dan Stark; Prasetyo dan Anitra, 2020; Amir, 2021)	Tingkat kepercayaan terhadap prinsip dan nilai agama	Interval
		Praktik keagamaan (Glock dan Stark; Prasetyo dan Anitra, 2020; Amir, 2021)	Tingkat pelaksanaan ibadah dan kegiatan keagamaan	Interval
		Konsekuensi sosial (Prasetyo dan Anitra, 2020)	Tingkat kesepakatan terhadap sikap atau perilaku sosial yang mencerminkan nilai agama.	Interval
5	Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan berbagai pilihan oleh konsumen yang dimulai ketika muncul keinginan untuk memenuhi suatu kebutuhan (Hanaysha, 2018).	Pilihan produk (Kotler dan Keller, 2016; A. Pratiwi et al., 2021)	Tingkat kecenderungan memilih produk berdasarkan preferensi pribadi, kualitas, dan harga	Interval
		Pilihan penyalur (Kotler dan Keller, 2016; A. Pratiwi et al., 2021)	Tingkat kecenderungan memilih tempat atau penyalur produk halal berdasarkan faktor kepercayaan dan kenyamanan	Interval
		Kesesuaian terhadap kebutuhan	Tingkat kesesuaian keputusan pembelian dengan kebutuhan pribadi	Interval

No.	Konsep Teoretis	Indikator	Ukuran	Skala
		(Thompson, 2016)		
		Metode Pembayaran (Kotler dan Keller, 2016; A. Pratiwi et al., 2021)	Tingkat kemudahan konsumen saat melakukan pembayaran	Interval

Sumber: Diolah Penulis (2025)

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 236), populasi merupakan keseluruhan individu, kejadian, atau objek yang menjadi fokus perhatian dan ingin dikaji oleh peneliti dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini mencakup masyarakat muslim generasi Z di Bali. Populasi dapat diwakili oleh sampel sebagai bagian kecil dari keseluruhannya (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 237).

Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 247) *Convenience sampling* adalah metode pengambilan sampel yang melibatkan individu-individu dari populasi yang paling mudah diakses atau tersedia untuk memberikan data. Teknik ini umumnya diterapkan pada tahap awal atau eksplorasi dalam penelitian, karena dianggap sebagai cara yang cepat dan praktis untuk memperoleh informasi awal atau data dasar (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 247). Adapun, hal yang dijadikan sebagai kriteria responden yaitu yang memiliki pengalaman membeli dan mengonsumsi *street food* belum bersertifikat halal.

Selanjutnya, mengingat penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dan mempertimbangkan kesulitan dalam memperoleh data populasi yang akurat, maka sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan metode perhitungan sampel yang diajukan oleh Hair et al. (2019). Ukuran sampel disarankan mengikuti rumus 5 x indikator sampai dengan 10 x indikator.

Dalam penelitian ini, perhitungan jumlah sebagai berikut.

- Minimum : 5×13 (jumlah indikator) = 65
- Maksimum : 10×13 (jumlah indikator) = 130

Kemudian, mengikuti *rules of thumb* yang dicetuskan oleh Roscoe (1975) dalam Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 264):

- Ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 dianggap sesuai untuk sebagian besar penelitian.
- Jika sampel akan dibagi menjadi subkelompok, maka ukuran sampel minimum untuk setiap kategori sebaiknya setidaknya 30 responden.
- Dalam penelitian multivariat, ukuran sampel sebaiknya beberapa kali lipat dari jumlah variabel yang digunakan dalam studi.
- Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian tetap dimungkinkan meskipun ukuran sampelnya hanya sekitar 10 hingga 20 responden.

Berdasarkan perhitungan dan *rules of thumb*, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 130 responden. Sedangkan hasil akhir dari penyebaran kuesioner memperoleh sebanyak 150 responden. Setelah dilakukan pemeriksaan terhadap data yang telah dikumpulkan, terdapat beberapa data yang harus dikeluarkan. Sebanyak dua data dihapus karena responden tidak berdomisili di Bali, dan tujuh data lainnya dieliminasi karena responden memberikan jawaban secara seragam pada seluruh item kuesioner, yang mengindikasikan ketidakseriusan dalam pengisian. Dengan demikian, jumlah data yang dapat dianalisis secara valid berjumlah 141 responden.

3.6 Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian kuantitatif adalah sarana yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data berupa angka mengenai variabel yang diteliti, yang dapat berupa kuesioner, wawancara terstruktur, observasi sistematis, atau tes terstandar (Wada et al., 2024, hlm. 117). Penelitian ini menggunakan instrumen yang digunakan oleh peneliti lain yang telah valid dan reliabel. Instrumen tersebut diadopsi pada penelitian ini di antaranya variabel kesadaran halal (Usman et al., 2022), norma subjektif (Riska Widya Abiba et al., 2024), persepsi kontrol perilaku

(Vanany et al., 2020), religiositas (Rafiki et al., 2024), dan keputusan pembelian (Mahri, Juliana, et al., 2024).

Salah satu teknik yang banyak digunakan untuk mengevaluasi pandangan dan sikap responden adalah skala Likert (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 210). Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan yang diberikan seperti pada Tabel 3.2 (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 207). Barry (1969) dalam Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 219), mengungkapkan bahwa di sejumlah negara, penggunaan skala tujuh poin cenderung memberikan hasil yang lebih sensitif dan minim bias dibandingkan dengan skala empat poin. Krosnick dan Presser (2010, hlm. 274) menyampaikan bahwa berbagai penelitian menunjukkan panjang skala tertentu cenderung lebih efektif dalam meningkatkan reliabilitas dan validitas, skala dengan tujuh poin sering dianggap sebagai salah satu opsi yang paling ideal dalam banyak situasi. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan tujuh poin.

Tabel 3.2
Contoh Penggunaan Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Agak Tidak Setuju	Netral	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5	6	7

Sumber: (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 215)

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kusioner. Angket/kuesioner, merupakan metode pengumpulan data yang efisien karena dapat disampaikan secara langsung, melalui media elektronik, maupun dikirim melalui pos, dengan keunggulan utama dalam penghematan waktu dan biaya dibandingkan dengan teknik wawancara maupun observasi (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 143). Dalam penelitian ini, kusioner dilakukan dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan kepada responden yang dibutuhkan, yaitu konsumen *street food* muslim generasi Z di Bali. Berikut ini merupakan tautan untuk kusioner penelitian ini: <https://bit.ly/BantuKuesionerPenelitianRatih>.

Kuesioner disebarikan melalui *Google Form* yang dibagikan lewat berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, X, dan Telegram. Dokumentasi penyebaran kuesioner dapat dilihat pada Lampiran 10.

a. Instagram

Kuesioner pada *Google Form* dibagikan melalui *Instagram Story*, dan melalui pesan langsung kepada calon responden yang berpotensi menjadi sampel karena mengikuti akun yang berkaitan dengan Bali dan muslim, seperti infobali.viral, infobali.terbaru, muslim.bali, mcosbali, pelajarislambali, smas.harapanmulia, makalifanusantara, osis_makna, musliminbali, muslimsinbali, bikersmuslim.bali, muslimsistersinbali, balihalal.tour, supir_muslim_bali, ipm_denpasar, pelajarislambuleleng, mediadakwah.bali, rimadenpasarbali_, comicstikombali, ponpesdiponegoroklungkung, osisma_harapanmulia, infokajian_bali, piiwatibali, rohis.skensa, bpiibali, rohis_foursma, remaja_masjid_suci_denpasar, rismandenpasar, rohis.reska, masjidagunggiangyar, osim_mansaja, ma_tawakkal, osisma_jembrana, ipmjembrana, hipotesa_mansaja, pd.ipmbuleleng, smpmudadps, kbuipnb, immbadung, lazismu_jembrana, imm.buleleng.bali, pwipmbali, rohisglobalitibadung, rohissmansadps, osim_matsalira, pemudaalfath_tbn, unud.story, officialmtstalamjamur, hmi.tkmp.unud, hmicabangdenpasar1963, smam1dps, osis_albannasma, osis.matawakkal, univ.udayana.

b. WhatsApp

Kuesioner pada *Google Form* dibagikan kepada kenalan penulis yang memiliki kenalan di Bali untuk bantu menyebarkan. Lalu, penulis menghubungi langsung beberapa mahasiswa dari Universitas Dwijendra, dengan cara daftar kegiatan webinar nasional PGSD yang sedang diadakan lalu masuk ke grup tersebut. Sehingga penulis memiliki nomor mahasiswa yang berpotensi menjadi responden penelitian ini.

c. Facebook

Menyebarkan kuesioner *Google Form* ke grup publik yang berhubungan dengan Bali, muslim, dan kuliner seperti PASAR MUSLIM BALI, Kuliner Halal Denpasar Bali, KULINER DENPASAR, group kuliner bali, Kuliner di Bali,

Preloved Denpasar Bali, SAHABAT MUSLIM BALI, Lapak muslimah (BALI), KOMUNITAS MUSLIM INDONESIA, muslim Marketplace (Jual Beli Produk Halal Kebutuhan Umat Islam), Pasar Halal Bali (PaHaBa), Komunitas muslim Indonesia, SUARA MUSLIM BULELENG BALI, Bali Marketplace, BALI COMMUNITY, INFO di BALI, Marketplace Bali, Info Seputar Bali, BALI SHARING INFORMATION, Info SEPUTAR BALI, INFO DENPASAR, Info Denpasar (Official), Sebar Kuesioner: Responden untuk Penelitian dan Tugas Kuliah, KABAR BULELENG, Info Badung, Badung Terkini, info GIANJAR, Info Gianjar, DENPASAR VIRAL, Info Jembrana, INFO TABANAN, INFO KARANGASEM, Info SEPUTAR KLUNGKUNG, Info SEPUTARAN BANGLI, Universitas Pendidikan Ganesha, Kuliner Halal bali.

d. X

Menyebarkan kuesioner *Google Form* ke komunitas yang berhubungan dengan Bali, muslim, dan mahasiswa seperti komunitas Bali, Komunitas makan makan, KOMUNITAS KULINER, Komunitas Diskusi Skripsi, muslim Student, Komunitas muslimSupportmuslim, Loker Bali. Selain itu juga, dalam unggahan menggunakan hashtag responden, kuesioner, Bali, muslim, streetfood.

e. Telegram

Menyebarkan kuesioner *Google Form* ke grup yang berhubungan dengan Bali dan muslim seperti LAPAK MUSLIMAH (BALI), Lowongan Kerja BALI, GRUP Magang dan Studi Independen MBKM UNUD 2021, INFO LOKER BALI, LOKER DENPASAR & BALI, Warga Tabanan, CPNS TABANAN 2021, HIMPAUDI GIANJAR, PARA PENCARI KERJA, PMM 4 Universitas Udayana, CPNS-BNN Denpasar, Pencari Lowongan Kerja, CPNS KLUNGKUNG 2021, LOWONGAN KERJA TERBARU, GOJEK/GOCAR JEMBRANA BALI.

Adapun kendala yang dihadapi selama proses pengumpulan data karena dilakukan secara tidak langsung yaitu melalui media sosial, secara *online*. Pengiriman pesan yang sama kepada banyak calon responden dalam waktu yang berdekatan menyebabkan sistem mendeteksi aktivitas sebagai spam, sehingga akun yang digunakan mengalami *suspend*. Hal ini mengharuskan peneliti untuk menghentikan sementara aktivitas pengiriman pesan dan membuat lebih dari satu

akun untuk melanjutkan proses penyebaran kuesioner. Selain itu, calon responden yang dihubungi melalui media sosial belum tentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian.

3.6.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.3.1 Uji Validitas

Validitas merupakan proses evaluasi untuk menilai sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur konsep yang memang menjadi tujuan pengukuran, atau dengan kata lain, memastikan bahwa instrumen tersebut mengukur hal yang seharusnya diukur (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 220). Penulis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk menguji validitas instrumen penelitian ini.

Berikut kriteria untuk menguji validitas data adalah (Widodo et al., 2023, hlm. 56):

- $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka item tersebut dinyatakan valid.
- $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka item tersebut dianggap tidak valid.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Instrumen
Validitas Kesadaran Halal

Item	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
KH1	Saat akan membeli <i>street food</i> , saya fokus memikirkan apakah produk tersebut halal	0.726	0.3061	Valid
KH2	Saya berusaha secara khusus untuk memeriksa kehalalan <i>street food</i> yang akan saya beli	0.560	0.3061	Valid
KH3	Sebelum membeli <i>street food</i> , saya akan memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan adalah halal	0.863	0.3061	Valid
KH4	Saya hanya membeli <i>street food</i> yang saya yakini dibuat dari bahan-bahan yang halal	0.696	0.3061	Valid
KH5	Saya hanya membeli <i>street food</i> yang saya yakini diproses sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam	0.770	0.3061	Valid

Sumber: Output SPSS (Lampiran 3)

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Instrumen
Variabel Norma Subjektif

Item	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
NS1	Saya membeli <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal karena mengikuti tren	0.817	0.3061	Valid
NS2	Saya membeli <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal karena teman-teman saya juga membelinya	0.774	0.3061	Valid
NS3	Anggota keluarga saya lebih menyukai produk <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal	0.716	0.3061	Valid
NS4	Saya membeli <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal berdasarkan rekomendasi dari orang yang penting bagi saya	0.833	0.3061	Valid

Sumber: Output SPSS (Lampiran 3)

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Instrumen
Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

Item	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
PKP1	Mengonsumsi <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal sepenuhnya tergantung pada keputusan saya sendiri	0.552	0.3061	Valid
PKP2	Saya yakin dapat mengonsumsi <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal kapanpun saya menginginkannya	0.806	0.3061	Valid
PKP3	Saya memiliki waktu untuk mengonsumsi <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal	0.817	0.3061	Valid
PKP4	Saya yakin dapat mengonsumsi <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal dengan mudah	0.822	0.3061	Valid

Sumber: Output SPSS (Lampiran 3)

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Instrumen
Variabel Religiositas

Item	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
------	-----------	---	------------	------------

R1	Agama Islam sangat penting bagi saya karena membantu menjawab banyak pertanyaan tentang makna hidup	0.622	0.3061	Valid
R2	Saya membaca bacaan yang berkaitan dengan agama Islam untuk menambah pengetahuan	0.774	0.3061	Valid
R3	Saya meluangkan waktu untuk memperdalam pemahaman saya tentang ajaran agama Islam	0.691	0.3061	Valid
R4	Keyakinan agama saya menjadi dasar dalam cara saya menjalani hidup	0.756	0.3061	Valid
R5	Saya berbagi karena merupakan bentuk ajaran agama saya	0.703	0.3061	Valid
R6	Saya senang menghabiskan waktu bersama orang-orang yang seiman dengan saya	0.790	0.3061	Valid
R7	Agama Islam memengaruhi aspek kehidupan saya	0.611	0.3061	Valid
R8	Bagi saya penting untuk meluangkan waktu khusus untuk berdoa	0.788	0.3061	Valid
R9	Saya menikmati berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh organisasi keagamaan saya	0.788	0.3061	Valid

Sumber: Output SPSS (Lampiran 3)

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Instrumen
Variabel Keputusan Pembelian

Item	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
KP1	Saya tertarik untuk membeli <i>street food</i> yang terlihat halal meskipun belum bersertifikat halal	0.649	0.3061	Valid
KP2	Saya membeli <i>street food</i> karena kualitasnya sesuai dengan manfaat yang ditawarkan meskipun belum bersertifikat halal	0.805	0.3061	Valid
KP3	Tingkat popularitas <i>street food</i> memengaruhi keputusan saya untuk membeli meskipun belum bersertifikat halal	0.827	0.3061	Valid
KP4	Saya membeli <i>street food</i> karena harganya sesuai dengan kualitasnya meskipun belum bersertifikat halal	0.818	0.3061	Valid
KP5	<i>Street food</i> yang belum bersertifikat halal mudah didapatkan	0.755	0.3061	Valid
KP6	<i>Street food</i> yang belum bersertifikat halal memiliki varian yang lengkap	0.715	0.3061	Valid

KP7	Pembayaran untuk <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal mudah dilakukan	0.888	0.3061	Valid
KP8	Tersedia berbagai metode pembayaran untuk membeli <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal	0.790	0.3061	Valid

Sumber: Output SPSS (Lampiran 3)

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam Tabel 3.3 – 3.7, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner telah melewati uji validitas dan dinyatakan memenuhi kriteria valid. Selanjutnya, dilakukan pula pengujian reliabilitas untuk memastikan konsistensi instrumen yang digunakan.

3.6.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada tingkat kestabilan dan konsistensi hasil yang diperoleh dari suatu alat ukur dalam berbagai kondisi atau waktu yang berbeda (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 220). Suatu alat ukur dianggap reliabel jika Cronbach's Alpha $\geq 0,60$ (Zikmund et al., 2013, hlm. 302). Penulis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kesadaran Halal	0.779	$\geq 0,60$ Reliabel
Norma Subjektif	0.792	$\geq 0,60$ Reliabel
Persepsi Kontrol Perilaku	0.747	$\geq 0,60$ Reliabel
Religiositas	0.883	$\geq 0,60$ Reliabel
Keputusan Pembelian	0.906	$\geq 0,60$ Reliabel

Sumber: Output SPSS (Lampiran 3)

Merujuk pada hasil pengujian dalam Tabel 3.8, seluruh variabel menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

3.7 Teknik Analisis Data

Pada tahap ini, data mentah mulai diproses menjadi informasi yang berguna.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai gambaran deskriptif dari kesadaran halal, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, religiositas, dan keputusan pembelian, digunakan terlebih dahulu analisis statistik deskriptif.

Statistik deskriptif berfungsi untuk menggambarkan sifat-sifat umum data dan menyajikannya secara ringkas dalam bentuk yang mudah dimengerti (Zikmund et al., 2013, hlm. 410).

3.7.1.1 Tahapan Analisis Statistik Deskriptif

Data yang telah diperoleh akan dianalisis dalam penelitian ini guna merangkum berbagai faktor yang menjadi fokus kajian serta menggambarkan karakteristik para responden. Selanjutnya, data tersebut akan dikelompokkan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Proses pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut (Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 273-277):

1. Pengkodean

Tahapan awal dalam pengelolaan data adalah proses pengkodean, yaitu pemberian kode angka pada setiap jawaban responden guna mempermudah proses analisis data. Pada penelitian ini, pengkodean dilakukan dengan menyusun skor antara satu hingga tujuh untuk setiap item pertanyaan berbasis skala Likert, di mana angka 1 menunjukkan pilihan “Sangat Tidak Setuju” dan angka 7 menunjukkan “Sangat Setuju”.

2. Entri Data

Setelah seluruh jawaban responden diberi kode, tahap selanjutnya adalah memasukkan data ke dalam basis data. Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif akan dilakukan menggunakan software SPSS, sehingga data yang telah dikodekan perlu diinput ke dalam program tersebut untuk dianalisis lebih lanjut.

3. Penyuntingan Data

Setelah proses input data ke dalam basis data selesai, tahap berikutnya adalah melakukan penyuntingan data. Tahapan ini bertujuan untuk mendeteksi dan mengoreksi kesalahan, seperti ketidaksesuaian data, ketidakkonsistenan, atau ketidakvalidan berdasarkan jawaban responden. Sebagai contoh, jika ditemukan entri yang kosong atau tidak logis, maka data tersebut perlu diperiksa secara cermat dan diperbaiki agar sesuai dengan kriteria validitas.

4. Transformasi Data

Setelah tahap penyuntingan, proses dilanjutkan dengan transformasi data. Tahapan ini dilakukan untuk mengubah bentuk representasi angka dari data kuantitatif menjadi format yang lebih tepat dan sesuai untuk dianalisis. Transformasi diperlukan guna memenuhi asumsi-asumsi dalam analisis statistik serta untuk mengatasi potensi permasalahan saat pengolahan data. Setelah itu, analisis deskriptif dirancang untuk menggali lebih jauh pola distribusi, ukuran pemusatan, serta sebaran data yang diperoleh.

Selanjutnya dilakukan perancangan analisis deskriptif melalui tahapan-tahapan sebagai berikut (S. Siregar, 2013, hlm. 79).

1. Menentukan jumlah Skor Kriterium (SK):

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK = Skor Kriterium

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Butir Pertanyaan

JR = Jumlah Responden

2. Melakukan perbandingan antara jumlah skor hasil angket/kuesioner dengan skor kriterium yang telah ditentukan. Rumus berikut digunakan untuk menghitung total skor dari hasil angket.

$$\Sigma X_1 = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$$

Keterangan:

X_1 = Jumlah skor hasil anget variabel X

$X_1 - X_n$ = Jumlah skor angket masing-masing responden

3. Membuat daerah kategori kontinum

Wilayah kategori kontinum diklasifikasikan ke dalam tiga tingkatan melalui rumus berikut ini:

$$\text{Tinggi} = ST \times JB \times JR$$

$$\text{Rendah} = SR \times JB \times JR$$

Keterangan:

ST = Skor Tinggi

SR = Skor Rendah

JB = Jumlah Butir Pertanyaan

JR = Jumlah Responden

4. Menghitung perbedaan skor kontinum pada masing-masing tingkat dengan menggunakan rumus berikut:

$$CI = \frac{(Skor\ Tertinggi - Skor\ Terendah)}{3}$$

5. Menentukan Kategori

Rendah: Skor Terendah hingga (Skor Terendah + CI)

Sedang: (Skor Terendah + CI) hingga (Skor Terendah + 2CI)

Tinggi: (Skor Terendah + 2CI) hingga Skor Tertinggi

6. Menginterpretasikan Hasil

Tingkat kecenderungan responden terhadap masing-masing variabel dianalisis dengan memanfaatkan rumus yang telah dijelaskan sebelumnya

3.7.1.2 Kategorisasi Variabel

Kategorisasi variabel dilakukan sebagai landasan dalam analisis deskriptif, khususnya untuk menetapkan kategori berdasarkan skor dan klasifikasi pada setiap item pertanyaan maupun variabel.

- a. Kesadaran Halal

Tabel 3.9
Kategori Variabel Kesadaran Halal Skor Tiap Pertanyaan

Rentang Skor	Kategori
$141 \leq X \leq 423$	Rendah
$424 \leq X \leq 705$	Sedang
$706 \leq X \leq 987$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

Tabel 3.10
Kategori Variabel Kesadaran untuk Skor Variabel

Rentang Skor	Kategori
$564 \leq X \leq 1692$	Rendah
$1693 \leq X \leq 2820$	Sedang
$2821 \leq X \leq 3948$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

b. Norma Subjektif

Tabel 3.11
Kategori Variabel Norma Subjektif Skor Item Pertanyaan

Rentang Skor	Kategori
$141 \leq X \leq 423$	Rendah
$424 \leq X \leq 705$	Sedang
$706 \leq X \leq 987$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

Tabel 3.12
Kategori Variabel Norma Subjektif untuk Skor Variabel

Rentang Skor	Kategori
$564 \leq X \leq 1692$	Rendah
$1693 \leq X \leq 2820$	Sedang
$2821 \leq X \leq 3948$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

c. Persepsi Kontrol Perilaku

Tabel 3.13
Kategori Variabel Persepsi Kontrol Perilaku Skor Item Pertanyaan

Rentang Skor	Kategori
$141 \leq X \leq 423$	Rendah
$424 \leq X \leq 705$	Sedang
$706 \leq X \leq 987$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

Tabel 3.14
Kategori Variabel Persepsi Kontrol Perilaku untuk Skor Variabel

Rentang Skor	Kategori
$564 \leq X \leq 1692$	Rendah
$1693 \leq X \leq 2820$	Sedang
$2821 \leq X \leq 3948$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

d. Religiositas

Tabel 3.15
Kategori Variabel Religiositas Skor Item Pertanyaan

Rentang Skor	Kategori
$141 \leq X \leq 423$	Rendah
$424 \leq X \leq 705$	Sedang
$706 \leq X \leq 987$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

Tabel 3.16
Kategori Variabel Religiositas untuk Skor Variabel

Rentang Skor	Kategori
$987 \leq X \leq 2961$	Rendah
$2962 \leq X \leq 4935$	Sedang
$4936 \leq X \leq 6909$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

e. Keputusan Pembelian

Tabel 3.17
Kategori Variabel Keputusan Pembelian Skor Item Pertanyaan

Rentang Skor	Kategori
$141 \leq X \leq 423$	Rendah
$424 \leq X \leq 705$	Sedang
$706 \leq X \leq 987$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

Tabel 3.18
Kategori Variabel Keputusan Pembelian untuk Skor Variabel

Rentang Skor	Kategori
$1128 \leq X \leq 3384$	Rendah
$3385 \leq X \leq 5640$	Sedang
$5641 \leq X \leq 7896$	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (Lampiran 4)

3.7.1.3 Pemaknaan Variabel

Pemaknaan variabel dilakukan untuk memperoleh kesimpulan mengenai kategori variabel berdasarkan hasil penelitian. Klasifikasi tersebut dibagi ke dalam tiga tingkat, yakni tinggi, sedang, dan rendah, sesuai dengan rentang nilai yang telah ditentukan.

a. Kesadaran Halal

Tabel 3.19
Pemaknaan Kategori Variabel Kesadaran Halal

Kategori	Makna
Rendah	Responden dalam kategori rendah cenderung kurang memperhatikan kehalalan produk, baik dalam pengetahuan, perhatian, maupun prioritas dalam pembelian. Keputusan dalam memilih <i>street food</i> lebih didasarkan pada faktor lain seperti harga atau ketersediaan, bukan kehalalan.
Sedang	Responden dalam kategori ini memiliki tingkat kesadaran yang cukup terhadap pentingnya kehalalan, namun tidak secara konsisten memeriksa atau memastikan status halal <i>street food</i> yang dibeli. Mereka mungkin memperhatikan aspek kehalalan, tetapi belum menjadikannya prioritas utama.

Tinggi	Responden yang berada dalam kategori tinggi menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap konsep halal dan haram menurut syariah. Mereka secara aktif memastikan kehalalan <i>street food</i> , memperhatikan aspek kehalalan saat membeli, dan memprioritaskan <i>street food</i> halal dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.
--------	---

b. Norma Subjektif

Tabel 3.20
Pemaknaan Kategori Variabel Norma Subjektif

Kategori	Makna
Rendah	Responden dalam kategori rendah tidak terlalu dipengaruhi oleh pandangan atau kebiasaan sosial dalam membeli <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal. Mereka cenderung membuat keputusan sendiri dan memiliki motivasi rendah untuk mengikuti perilaku orang lain jika bertentangan dengan prinsip atau preferensi pribadi.
Sedang	Responden dalam kategori sedang menunjukkan bahwa pengaruh sosial terhadap keputusan membeli <i>street food</i> belum bersertifikat halal cukup terasa, tetapi tidak dominan. Mereka kadang mengikuti pilihan orang lain, namun tetap mempertimbangkan nilai pribadi sebelum memutuskan untuk membeli.
Tinggi	Responden dalam kategori tinggi menunjukkan bahwa keputusan mereka membeli <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal sangat dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar mereka, seperti teman, keluarga, atau lingkungan sosial. Mereka merasa adanya dorongan atau harapan sosial yang kuat untuk mengikuti kebiasaan tersebut dan memiliki motivasi tinggi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial.

c. Persepsi Kontrol Perilaku

Tabel 3.21
Pemaknaan Kategori Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

Kategori	Makna
Rendah	Responden yang masuk dalam kategori rendah menunjukkan tingkat kontrol yang kuat dalam menjaga keputusan pembelian terhadap <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal. Mereka cenderung menahan diri, menghindari konsumsi produk yang kehalalannya diragukan, serta lebih selektif dalam memilih makanan sesuai prinsip kehalalan.
Sedang	Responden dalam kategori sedang memiliki persepsi kontrol yang moderat dalam memilih <i>street food</i> . Mereka terkadang mempertimbangkan faktor kehalalan, namun bisa terpengaruh oleh ketersediaan, rasa, atau situasi tertentu. Kendali atas perilaku masih fluktuatif tergantung pada kondisi di lapangan.
Tinggi	Responden dengan kategori tinggi menunjukkan perilaku pembelian yang lebih terbuka terhadap <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal. Meskipun menyadari potensi keraguan kehalalan, mereka tetap merasa nyaman melakukan pembelian karena berbagai faktor seperti kebiasaan, preferensi rasa, atau ketersediaan makanan di lingkungan sekitar.

d. Religiositas

Tabel 3.22
Variabel Pemaknaan Kategori Variabel Religiositas

Kategori	Makna
Rendah	Responden dalam kategori rendah memiliki tingkat pelaksanaan ajaran agama yang rendah. Mereka jarang menjalankan ibadah, kurang meyakini nilai-nilai agama sebagai pedoman hidup, dan tidak menjadikan agama sebagai faktor penting dalam berperilaku.
Sedang	Responden dalam kategori sedang menjalankan ajaran agama secara moderat. Mereka meyakini nilai agama, tetapi tidak selalu menjadikannya sebagai dasar utama dalam berperilaku.
Tinggi	Responden dalam kategori tinggi menunjukkan tingkat keyakinan agama yang kuat, aktif menjalankan ibadah dan kegiatan keagamaan, serta menjadikan nilai-nilai agama sebagai pedoman utama dalam kehidupan sosial dan keputusan sehari-hari.

e. Keputusan Pembelian

Tabel 3.23
Pemaknaan Kategori Variabel Keputusan Pembelian

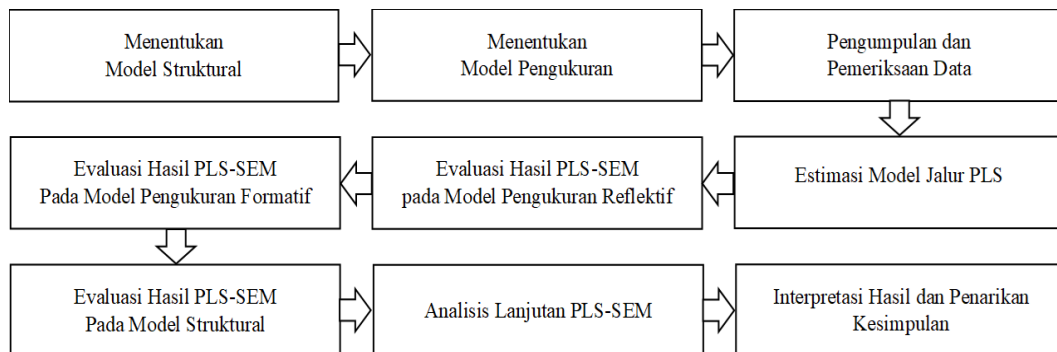
Kategori	Makna
Rendah	Responden dalam kategori rendah cenderung menghindari <i>pembelian street food</i> yang belum bersertifikat halal. Mereka sangat mempertimbangkan aspek kehalalan dan cenderung tidak melakukan pembelian jika produk tersebut tidak memiliki kejelasan status halal.
Sedang	Responden dalam kategori sedang terkadang membeli <i>street food</i> yang belum bersertifikat halal, dengan pertimbangan campuran antara kebutuhan, keyakinan, dan kondisi di sekitar. Keputusan mereka tidak sepenuhnya tetap dan bisa berubah tergantung situasi atau informasi yang tersedia.
Tinggi	Responden dalam kategori tinggi menunjukkan kecenderungan yang konsisten dalam membeli <i>street food</i> , meskipun belum bersertifikat halal, berdasarkan pertimbangan pribadi seperti rasa, harga, kemudahan akses, atau kebiasaan. Mereka merasa keputusan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan pribadi.

3.7.2 Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

Model PLS-SEM memungkinkan analisis secara bersamaan hubungan dalam model kompleks yang melibatkan berbagai konstruk, variabel indikator, dan jalur struktural, menjadikannya metode yang populer untuk memperkirakan model jalur dengan variabel laten dan keterkaitannya (Rahadi, 2023). Dalam PLS-SEM, data tidak perlu berdistribusi normal dan ukuran sampel tidak harus besar,

sementara pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan adanya hubungan antara variabel laten, dengan indikator yang dapat berbentuk refleksif atau formatif (Rahadi, 2023).

Berikut ini merupakan prosedur sistematis untuk menerapkan PLS-SEM (Hair et al., 2017, hlm. 37-227).



Gambar 3.1
Prosedur Sistematis untuk Menerapkan PLS-SEM

Sumber: (Hair et al., 2017, hlm. 30)

1. Menentukan Model Struktural

Model ini berupa diagram yang memvisualisasikan hipotesis serta relasi antar variabel yang akan dianalisis, sehingga membantu peneliti menyusun alur logika penelitian secara sistematis.

Dalam model struktural, konstruk diklasifikasikan menjadi:

- Konstruk eksogen (variabel independen): Terletak di sisi kiri model dan hanya memberikan pengaruh pada variabel lain.
- Konstruk endogen (variabel dependen): Berada di sisi kanan model dan menerima pengaruh dari konstruk lain.
- Beberapa konstruk bisa berfungsi sebagai variabel independen sekaligus dependen dan biasanya diletakkan di tengah model.

2. Menentukan Model Pengukuran

Model pengukuran menjelaskan kaitan antara konstruk dan indikator-indikatornya. Kualitas hasil analisis PLS-SEM sangat ditentukan oleh kekuatan teori pengukuran yang digunakan sebagai dasar.

Biasanya, peneliti memanfaatkan instrumen yang telah terbukti valid dalam studi sebelumnya. Namun, bila belum tersedia, maka pengembangan indikator baru

menjadi langkah yang diperlukan. Pemilihan indikator ini merupakan tahap krusial yang akan memengaruhi keseluruhan proses analisis selanjutnya. Dalam model jalur, konstruk dibedakan menjadi konstruk eksogen dan endogen, masing-masing diukur melalui serangkaian indikator tertentu. Terdapat dua pendekatan utama dalam model pengukuran, yaitu:

- a. Model Reflektif: konstruk berperan sebagai penyebab yang memengaruhi indikator-indikatornya.
- b. Model Formatif: konstruk terbentuk dari kombinasi indikator-indikator yang menyusunnya.

3. Pengumpulan dan Pemeriksaan Data

SEM memerlukan data dalam bentuk kuantitatif, baik yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner terstruktur (data primer) maupun dari sumber data sekunder. Setelah data dikumpulkan, peneliti harus mengidentifikasi dan menangani berbagai permasalahan potensial seperti ketidakhadiran data (*missing data*), pola respons yang tidak wajar, keberadaan data pencilan (*outlier*), serta distribusi data, karena faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi akurasi dan keandalan hasil analisis.

4. Estimasi Model Estimasi Model dan Algoritma PLS-SEM

Proses estimasi dilakukan melalui regresi parsial berganda yang bersifat iteratif dalam dua langkah utama: tahap awal menghitung skor konstruk, lalu dilanjutkan dengan estimasi bobot luar, nilai loading, koefisien jalur, serta nilai R^2 dari konstruk endogen.

5. Evaluasi Hasil PLS-SEM pada Model Pengukuran Reflektif

Evaluasi terhadap model pengukuran reflektif mencakup sejumlah aspek penting, seperti reliabilitas komposit untuk menilai konsistensi internal, reliabilitas indikator secara individu, serta *Average Variance Extracted* (AVE) sebagai ukuran untuk menguji validitas konvergen. Selain itu, penilaian model reflektif juga mencakup pengujian validitas diskriminan. Beberapa metode yang umum digunakan untuk menguji validitas diskriminan meliputi kriteria *Fornell-Larcker*, analisis *cross-loading*, dan yang paling menonjol adalah rasio korelasi *heterotrait-monotrait* (HTMT).

6. Evaluasi Hasil PLS-SEM pada Model Pengukuran Formatif

Penilaian terhadap model formatif sebaiknya diawali dengan memastikan bahwa indikator yang digunakan telah merepresentasikan seluruh dimensi penting dari konstruk secara menyeluruh (validitas isi). Selanjutnya, proses evaluasi terdiri atas tiga tahap utama: (1) menguji validitas konvergen dengan cara menghubungkan konstruk formatif dengan konstruk reflektif sejenis, (2) mengidentifikasi potensi kolinearitas antar indikator guna menghindari tumpang tindih informasi (multikolinearitas), dan (3) mengevaluasi seberapa signifikan dan relevan kontribusi masing-masing indikator terhadap konstruk. Apabila hasil evaluasi belum memadai, maka indikator perlu disesuaikan dan proses penilaian diulang.

7. Evaluasi Hasil PLS-SEM pada Model Struktural

Evaluasi ini melibatkan pengujian terhadap seberapa baik model dapat memprediksi serta mengevaluasi keterkaitan antara konstruk-konstruk yang terlibat. Proses evaluasi ini melibatkan analisis terhadap kemampuan prediktif model serta keterkaitan antar konstruk. Langkah yang harus dilakukan yaitu mengidentifikasi potensi masalah multikolinearitas dalam model struktural. Setelah itu, analisis dilanjutkan dengan menilai besarnya nilai R^2 , menghitung ukuran efek f^2 , menilai relevansi prediktif menggunakan Q^2 .

8. Analisis Lanjutan PLS-SEM

Selain hubungan langsung, model juga dapat mencakup hubungan yang lebih kompleks seperti mediasi dan moderasi. Dalam model jalur PLS, konstruk eksogen biasanya langsung memengaruhi konstruk endogen tanpa variabel lain. Namun, variabel ketiga seperti mediasi dan moderasi sering kali mengubah hubungan ini. Mediasi melibatkan variabel perantara yang menghubungkan dua konstruk, sedangkan moderasi memengaruhi kekuatan atau arah hubungan tergantung nilai variabel ketiga. Keduanya melibatkan variabel tambahan, tetapi berbeda dalam konsep dan cara pengukurannya.

9. Interpretasi Hasil dan Penarikan Kesimpulan

Menganalisis dan memahami hasil yang diperoleh dari data yang telah diolah. Pada tahap ini, peneliti menghubungkan temuan dengan tujuan penelitian dan hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya.

- Jika $t \text{ statistik} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak.
- Jika $t \text{ statistik} \leq t \text{ tabel}$, maka gagal menolak H_0 .

Selain itu, kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan melihat hasil signifikansi melalui *p-value*.

- Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka H_0 ditolak.
- Jika $p\text{-value} \geq \alpha$, maka gagal menolak H_0 .

Adapun rumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis Statistik Pertama

$H_0 : \beta \geq 0$, artinya kesadaran halal tidak berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta < 0$, artinya kesadaran halal berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian

b. Hipotesis Statistik Kedua

$H_0 : \beta \geq 0$, artinya norma subjektif tidak berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta < 0$, artinya norma subjektif berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian

c. Hipotesis Statistik Ketiga

$H_0 : \beta \geq 0$, artinya persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta < 0$, artinya persepsi kontrol perilaku berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian

d. Hipotesis Statistik Keempat

$H_0 : \beta = 0$, artinya religiositas tidak memoderasi pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta \neq 0$, artinya religiositas memoderasi pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian