

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti dan menganalisis persepsi konsumen terhadap Label Halal pada Kosmetik Zoya dan Minat Beli . penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu terdiri dari variabel independen (X) yaitu Label Halal dan variabel dependen (Y) yaitu Minat Beli.

Subjek penelitian ini adalah member dari *Hijabers Community* Bandung yang memiliki persepsi terhadap produk kosmetik Zoya karena pengaruh label halal. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode yang digunakan adalah *cross sectional method*.

3.2. Metode dan Desain Penelitian

3.2.1. Metode penelitian

Penelitian deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran Label Halal dan gambaran mengenai Minat Beli pada kosmetik Zoya .

Sugiyono (2014) berpendapat bahwa, penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran data yang diperoleh lapangan yang telah dikumpulkan. Penelitian ini akan menguji hipotesis, mengenai pengaruh Label Halal kosmetik dan Minat Beli pada kosmetik Zoya.

3.2.2. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kausal. Penelitian kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk membuktikan hubungan sebab-akibat atau hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti. Variabel yang mempengaruhi disebut variabel independen sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel dependen.

Rizki Sopyansyah, 2018

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LABEL HALAL DAN MINAT BELI KOSMETIK ZOYA: Survei pada Hijabers Community Bandung

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

3.3. Operasional Variabel

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

1. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (X) adalah Label Halal.
2. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah Minat Beli.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran	Skala
Label Halal (X)	Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. (Ghina & Aniek:2017)	Gambar	Tingkat kesadaran ada atau tidaknya gambar logo halal pada kemasan Kosmetik Zoya.	Interval
			Tingkat kejelasan Gambar logo Halal yang ada pada kemasan Kosmetik Zoya.	
		Tulisan	Tingkat kejelasan tulisan halal pada kemasan Kosmetik Zoya.	Interval
			Tingkat keterbacaan tulisan Majelis Ulama Indonesia pada kemasan kosmetik Zoya	

			Tingkat keyakinan tulisan Majelis Ulama Indonesia pada kosmetik Zoya menandakan bahwa produk tersebut sudah legal/resmi	
		Menempel Pada Kemasan	Tingkat informasi pada kemasan mengenai Label Halal pada kosmetik Zoya	Interval
			Tingkat keyakinan pada label halal yang ada pada kemasan menggunakan bahan –bahan yang aman digunakan	
Minat Beli (Y)	Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai	Minat Transaksional	Tingkat keinginan untuk membeli produk kosmetik Zoya	Interval
			Tingkat keinginan untuk menggunakan produk kosmetik Zoya dalam kehidupan sehari – hari	
		Minat Referensial	Tingkat intensitas pencarian informasi mengenai produk kosmetik Zoya	Interval

	pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya (Kotler&Keller:20 16)		Tingkat keinginan untuk menginformasikan produk kosmetik Zoya pada orang lain	
		Minat Preferensial	Tingkat keinginan untuk membeli produk kosmetik Zoya sebagai pilihan utama.	Interval
			Tingkat keinginan menggunakan produk kosmetik selain kosmetik Zoya.	
		Minat Eksploratif	Tingkat keinginan untuk mencari informasi mengenai perkembangan terkini kosmetik Zoya	Interval
			Tingkat keinginan untuk mencari informasi mengenai kualitas produk kosmetik Zoya	

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Peneliti (2018)

3.4. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

Rizki Sopyansyah, 2018

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LABEL HALAL DAN MINAT BELI KOSMETIK ZOYA: Survei pada Hijabers Community Bandung

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

Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari *member Hijabers Community Bandung* khususnya merupakan target dan sasaran dalam menyebarkan kuesioner.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, karya-karya ilmiah, *website*, artikel maupun data-data yang terdapat di dinas perindustrian maupun perusahaan di industri kecantikan (kosmetik) . Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, untuk lebih jelasnya jenis dan sumber data dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3. 2. Jenis dan Sumber Data

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Pertumbuhan Pasar Kosmetik Indonesia	Sekunder	Kementerian Perindustrian
2.	Pangsa Pasar Kosmetik Indonesia	Sekunder	Envy Kosmetik
3.	Resume Peringkat Produk Kometik Lokal berlabel Halal terhadap Atribut menurut Persepsi Konsumen	Sekunder	Journal e-Proceeding Management: Vol.4, No.1
4.	Kategori Brand Kosmetik Favorit Wanita Indonesia	Sekunder	<i>International Trade Administration the U.S. Commercial Service and Industry & Analysis (I&A) 2016</i>
5.	Pra penelitian Tentang Pengguna dan Minat Beli terhadap Kosmetik Zoya	Primer	<i>Member Hijabers Community Bandung</i> menjadi responden dalam penelitian

1.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Tabel 3. 3. Teknik dan Pengumpulan Data

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Kuisisioner	<i>Member Hijabers Community</i>

Rizki Sopyansyah, 2018

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LABEL HALAL DAN MINAT BELI KOSMETIK ZOYA: Survei pada *Hijabers Community Bandung*

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

		Bandung
--	--	---------

Sumber: Diolah dari Berbagai Data (2018).

1.5. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1. Populasi

Populasi sasaran pada penelitian ini adalah Anggota dari Hijaber *Community* Bandung yang menggunakan kosmetik. Maka dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Hijabers *Community* Bandung yang berjumlah ± 1.000 Orang (di olah dari berbagai sumber)

3.5.2. Sampel

Sampel digunakan untuk mempermudah penelitian, karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti karena keterbatasan waktu, keterbatasan biaya dan keterbatasan tenaga yang tersedia.

Menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini dengan cara menggunakan rumus *slovin* dalam Riduwan (2013) dengan rumus:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel (responden dalam penelitian)

N = Jumlah populasi

d^2 = presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 10%)

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1000}{1 + (1000 \times (0,1)^2)} = 100$$

Berdasarkan penentuan sampel dengan menggunakan rumus teknik Slovin, maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 100 responden

3.5.3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

3.6. Uji Instrumen Penelitian

Memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian diperlukan instrumen yang tepat agar data yang terkumpul sesuai dengan yang diharapkan. Pengumpulan data untuk suatu penelitian instrumen bertindak sebagai alat evaluasi. Instrumen penelitian yang sudah disusun nantinya diujicobakan kepada responden diluar sampel penelitian untuk menemukan gambaran validitas dan reliabilitas instrumen.

3.6.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017), “Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Tujuan uji validitas ini adalah untuk menguji keabsahan instrumen penelitian yang hendak disebarkan. Teknik yang akan digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka tidak valid yang kemudian akan digantikan atau dikeluarkan dari kuesioner. Rumus korelasi *product moment* dijabarkan dibawah ini :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

$\sum y_i^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden ditentukan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ lebih besar atau sama dengan r_{tabel}
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ hitung lebih kecil dari r_{tabel}

Tabel 3. 4. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel X

(Label Halal)

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Gambar				
1.	Penempatan Gambar Logo Halal pada kemasan produk kosmetik Zoya	0,672	0,361	Valid
2.	Gambar Logo Halal yang terdapat pada kosmetik Zoya	0,579	0,361	Valid
Tulisan				
3.	Tulisan Halal yang			

Rizki Sopyansyah, 2018

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LABEL HALAL DAN MINAT BELI KOSMETIK ZOYA: Survei pada Hijabers Community Bandung

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

	terdapat pada kosmetik Zoya	0,654	0,361	Valid
4.	Tulisan “Majelis Ulama Indonesia” yang terdapat pada kosmetik Zoya	0,660	0,361	Valid
5.	Tulisan “Majelis Ulama Indonesia” yang terdapat pada kosmetik Zoya sudah resmi/legal	0,596	0,361	Valid
Menempel Pada Kemasan				
6.	Informasi Label Halal yang menempel pada kemasan kosmetik Zoya	0,606	0,361	Valid
7.	Label Halal yang menempel pada kosmetik Zoya menggunakan bahan baku yang aman	0,393	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2018 dengan SPSS 20.0 for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian label halal pada Tabel 3.4, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari pernyataan no.1 sampai dengan no.7 dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. 5.
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y
(Minat Beli)

No	Pertanyaan	<i>r_{hitung}</i>	<i>r_{tabel}</i>	Keterangan
Minat Transaksional				
1	Keinginan membeli produk kosmetik Zoya	0,762	0,361	Valid
2	Keinginan menggunakan produk kosmetik Zoya karena terdapat label halal untuk menunjang aktivitas sehari – hari	0,736	0,361	Valid
Minat Referensial				
3	Intensitas pencarian informasi mengenai	0,742	0,361	Valid

Rizki Sopyansyah, 2018

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LABEL HALAL DAN MINAT BELI KOSMETIK ZOYA: Survei pada Hijabers Community Bandung

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

	produk kosmetik Zoya			
4	keinginan untuk menginformasikan produk kosmetik Zoya pada orang lain	0,814	0,361	Valid
Minat Preferensial				
5	keinginan untuk membeli produk kosmetik Zoya sebagai pilihan utama	0,872	0,361	Valid
6	keinginan menggunakan produk kosmetik selain kosmetik Zoya	0,596	0,361	Valid
Minat Eksploratif				
7	keinginan untuk mencari informasi mengenai kualitas produk kosmetik Zoya	0,714	0,361	Valid
8	Keinginan untuk mencari informasi tentang perkembangan terkini kosmetik Zoya	0,793	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2018 dengan SPSS 20.0 for Windows

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian Minat Beli pada Tabel 3.5, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari pernyataan no.1 sampai dengan no.8 dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang peneliti gunakan adalah menggunakan rumus alpha Cronbach. Koefisien Alpha Cronbach ($C\alpha$) merupakan statistik yang sering dipakai untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian. Instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai jika koefisien Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,700. Rumus untuk mengukur reliabilitas yaitu:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

Rizki Sopyansyah, 2018

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LABEL HALAL DAN MINAT BELI KOSMETIK ZOYA: Survei pada Hijabers Community Bandung

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

r = Nilai reliabilitas

k = Banyaknya butiran pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varian tiap item

σ_t^2 = Varian total

Jumlah varian tiap-tiap skor dapat dicari dengan rumus :

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σ_t^2 = Varian skor tiap item

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat item X

$(\sum X)^2$ = Jumlah item X yang dikuadratkan

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan dikatakan reliable jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$)
2. Item pertanyaan-pertanyaan dikatakan tidak reliabel jika r hitung lebih kecil dari r tabel ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Tabel 3. 6.
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Label Halal dan Variabel Minat Beli

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Label Halal	0,884	0,700	Reliabel
2.	Minat Beli	0,934	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2018 dengan SPSS 20.0 for Windows

Hasil pengujian pada Tabel 3.6 dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas instrumen penelitian variabel X dan Y dinyatakan reliabel, dikarenakan masing-masing nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Menurut hasil perhitungan reliabilitas dengan bantuan *SPSS 20.00 for windows* diperoleh nilai Alpha > 0,700, artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*).

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Dengan demikian penelitian ini dapat dikatakan tanpa adanya suatu kendala terjadinya kegagalan penelitian yang disebabkan oleh instrumen penelitiannya yang belum teruji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mencari tahu gambaran dari variabel yang diteliti secara mandiri berdasarkan data hasil kuesioner setelah di analisis. Analisis data dengan menggunakan analisis statistik deskriptif kemudian disajikan dalam tabel dan diinterpretasikan. Menurut Sugiyono (2014), “Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan skor variabel X dan variabel Y serta kedudukannya, dengan prosedur sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan rumus:

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

Keterangan:

SK = skor kriterium

ST = skor tertinggi

JB = jumlah bulir

JR = jumlah responden

2. Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner dengan rumus :

$$\sum xi = x1 + x2 + x3 + \dots + xn$$

Keterangan:

$\sum xi$ = jumlah skor hasil kuesioner variabel X

$x1 - xn$ = jumlah skor kuesioner masing-masing reponden

3. Membuat daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- Menentukan kontinum tertinggi dan terendah.

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

Rendah : $SK = SR \times JB \times JR$

Keterangan:

ST = skor tertinggi

SR = skor terendah

JB = jumlah butir

JR = jumlah responden

- Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus:

$$R = \frac{\text{SkorKontinumTinggi} - \text{SkorKontinumRendah}}{3}$$

- Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum ($S / \text{Skor maksimal} \times 100\%$).

Sangat Rendah	Cukup Rendah	Rendah	Netral	Cukup Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi

Gambar 3. 1.
Contoh Garis Kontinum

4. Membandingkan skor total tiap variabel dengan *parameter* di atas untuk memperoleh gambaran Label Halal (X) dan variabel Minat Beli (Y).

Dalam analisis deskriptif ini tidak dirumuskan hipotesis kerja, hanya menggambarkan keadaan variabel berdasarkan data kuesioner yang terkumpul. Adapun variabel yang dideskripsikan terdiri dari variabel Label Halal (X) dan variabel Minat Beli (Y). Dalam penafsiran data yang terkumpul, digunakan kaidah persentase dari 0 %-100 % yang disajikan dalam tabel dan diagram. Kriteria penafsiran pengolahan data berdasarkan tabel berikut:

Tabel 3. 7. Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Kuesioner

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	Sangat Rendah
2.	Rendah
3.	Cukup Rendah
4.	Netral
5.	Cukup Tinggi
6.	Tinggi
7.	Sangat Tinggi

Sumber : Modifikasi dari Sugiyono (2014:184)

Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, diantaranya :

- a. Analisis deskriptif label halal yang menyangkut indikator Gambar, Tulisan dan Menempel pada kemasan.
- b. Analisis deskriptif Minat Beli yang terdiri dari indikator minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eskploratif.

3.7.2. Analisis Data Verifikatif

Selain analisis deskriptif, penelitian ini juga menggunakan teknik analisis verifikatif yaitu teknik analisis untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli. Teknik analisis verifikatif ini digunakan untuk mengetahui hubungan korelatif antar variabel yang dirumuskan dalam hipotesis dan di uji pengaruhnya serta signifikansinya. Penelitian ini hanya meneliti dua variabel maka teknik analisa yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi linier sederhana.

3.7.2.1. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2014) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan (-) maka terjadi penurunan.
- X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

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

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus :

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

X dikatakan mempengaruhi Y jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun dan dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.7.2.2. Uji Asumsi Normalitas

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal maka digunakan uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-Plot, uji Chi Square, Skewnes dan Kurtosis atau uji Kolmogorov Smirnov.

Analisis regresi merupakan bagian dari analisis data statistik parametris. Menurut Sugiyono (2014), “Asumsi utama dalam melakukan analisis statistika parametris adalah data yang dianalisis harus berdistribusi normal”. Untuk mengetahui apakah data yang dianalisis dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji normalitas.

3.7.2.3. Analisis Korelasi (R)

Analisis ini untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti. Terdapat dua macam hubungan variabel, yaitu hubungan positif dan hubungan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan/penurunan X diikuti oleh kenaikan/penurunan Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut dengan koefisien

korelasi (R). Nilai r berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya jika semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Menurut Sugiyono (2014) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3. 8. Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014)

3.8. Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi independent variabel yaitu label Halal (X), sedangkan dependent variabel yaitu Minat Beli (Y). Rancangan ini digunakan untuk mengetahui apa saja yang akan di uji dalam suatu perumusan sementara. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini penulis haruslah membuat rancangan sementara atau penetapan hipotesis. Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan ada atau tidaknya pengaruh dari Label Halal terhadap Minat Beli. Hipotesis pada penelitian ini yaitu :

Ho: Tidak terdapat pengaruh dari label halal terhadap Minat Beli.

Ha: Terdapat pengaruh dari label halal terhadap Minat Beli.

Berdasarkan pada statistik yang digunakan dan hipotesis penelitian diatas, maka penulis menetapkan dua hipotesis yang digunakan untuk uji statistiknya yaitu hipotesis nol (H_0) yang diformulasikan untuk ditolak dan hipotesis alternative (H_a) yaitu

hipotesis penulis yang diformulasikan untuk diterima, dengan perumusan sebagai berikut :

Ho: $r = 0$, Label Halal (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y)

Ha: $r \neq 0$, Label Halal (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y)

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya dapat dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak; H1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima; H1 ditolak

Untuk menguji hipotesis yang penulis kemukakan dapat diterima, maka digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Statistik uji korelasi

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Uji Hipotesis (Uji T)

Untuk melihat tingkat signifikansi koefisien korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis yang digunakan adalah Uji T. Uji T dilakukan untuk menguji hipotesis korelasi antara satu variabel bebas dengan variabel terikat secara individu.