

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai Pengaruh *Halal Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Fuku Ramen Bandung. Adapun yang menjadi variabel bebas adalah *Halal Awareness* atau variabel X, yang terdiri dari *Halal Exposure* (X1), *Religious Belief* (X2), *Health Reason* (X3) dan *Label Halal* (X4). Sedangkan variabel terikat atau variabel Y adalah Keputusan Pembelian yang terdiri dari Pemilihan produk, Pemilihan merek, Pemilihan Perantara/saluran pembelian, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen individu restoran Fuku Ramen. Tempat ini dipilih karena restoran tersebut adalah restoran Jepang yang bukan *franchise* dan mengklaim bahwa restoran tersebut terjamin kehalalannya. Penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang dari satu tahun, oleh karena itu metode pengembangan yang digunakan adalah *cross sectional method*, menurut M. Aziz Firdaus (2012, hlm 32) mengungkapkan bahwa “metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka panjang”.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Malhotra (2009, hlm 100), penelitian deskriptif adalah penelitian yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Berdasarkan pendapat Malhotra tersebut, maka penelitian deskriptif dapat disimpulkan sebagai penelitian yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik dari sebuah populasi dan fenomena. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai 1) *Halal Awareness* di Fuku Ramen Bandung, 2) Keputusan Pembelian di Fuku Ramen Bandung.

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

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

Menurut Suharsimi Arikunto (2009, hlm 8) mengungkapkan bahwa “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana pengujian hipotesis tersebut menggambarkan perhitungan statistik”. Dalam hal ini penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Halal Awareness* terhadap keputusan pembelian pada Restoran Fuku Ramen Bandung. Berdasarkan jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka penelitian ini menggunakan metode *Explanatory Survey*. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011, hlm 33) mengungkapkan bahwa “*Metode survey* adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis”.

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011, hlm 34) menyatakan bahwa “metode *cross sectional* adalah metode yang mengambil subyek dari berbagai tingkat umur dan karakteristik lain dari waktu yang bersamaan, bertujuan untuk memperoleh data yang lebih lengkap dan cepat, sehingga dapat menggambarkan perkembangan individu selama masa pertumbuhan”. *Cross sectional* dapat bersifat *cross sectional* tunggal atau *cross sectional* majemuk. Dalam *cross sectional* tunggal hanya ada satu sampel responden diambil dari populasi sasaran dan informasi hanya didapatkan satu kali responden. Sedangkan dalam *cross sectional* majemuk ada dua atau lebih sampel responden dan informasi mengenai masing-masing sampel diambil satu kali. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Asep Hermawan (2009, hlm 89) bahwa “Suatu penelitian yang datanya dikumpulkan sekaligus, merupakan hasil sekali bidik (*one snapshot*) pada satu saat tertentu disebut penelitian *cross sectional*”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini memiliki dua variabel bebas dan variabel terikat. Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi *Halal Awareness* (X). Dimensi *Halal Awareness* terdiri dari *Halal Exposure* (X1), *Religious Belief* (X2), *Health Reason* (X3) dan *Label Halal* (X4). Variabel lainnya yang diteliti adalah keputusan pembelian (Y) yang memiliki sub variabel Pemilihan produk, Pemilihan merek,

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

Pemilihan Perantara/saluran pembelian, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Pengaruh variabel-variabel tersebut dapat dianalisis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian yang dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel. Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala ordinal, yaitu data yang berjenjang atau berbentuk peringkat, tidak hanya menyatakan peringkat kategori. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini digambarkan dalam Tabel 3.1 Sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Halal Awareness (X)</i> “kesadaran dalam konteks halal secara konseptual dapat diartikan sebagai suatu proses menginformasikan untuk meningkatkan kesadaran terhadap apa yang diizinkan bagi seorang Muslim untuk diminum, dimakan dan digunakan..” (Abdul R. Ambali dan Ahmad N. Bakar, 2012).				
<i>Halal Exposure (X1)</i> mengajarkan sudut pandang tentang makanan halal dapat berfungsi sebagai sumber kesadaran tentang makanan halal terkait dengan apa yang masyarakat muslim konsumsi (Abdul Ambali dan	<i>1. Information & Education of Halal Food</i>	1. Tingkat kredibilitas informasi dari restoran bahwa menu di Fuku Ramen halal	Ordinal	III.A.1
		2. Tingkat kredibilitas edukasi dari restoran bahwa Fuku Ramen halal	Ordinal	III.A.2
		3. Tingkat pengetahuan karyawan terhadap kehalalan dalam menu Fuku Ramen	Ordinal	III.A.3
		4. Tingkat kredibilitas informasi dari <i>review</i> bahwa	Ordinal	III.A.4

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

Ahmad Bakar, 2012)		menu di Fuku Ramen halal		
<i>Religious Belief</i> (X2) keputusan pembelian kelompok agama berbeda dipengaruhi oleh identitas agama, pengetahuan agama dan keyakinan. (Schiffman dan Kanuk dalam Abdul Ambali dan Ahmad Bakar, 2012)	1. Keyakinan dan kepercayaan	1. Tingkat kepercayaan konsumen terhadap menu halal yang terdapat di Fuku Ramen	Ordinal	III.B.1
		2. Tingkat keyakinan dalam mengkonsumsi menu yang terdapat di Fuku Ramen	Ordinal	III.B.2
		3. Tingkat keyakinan untuk datang kembali ke restoran Fuku Ramen	Ordinal	III.B.3
<i>Health Reason</i> (X3) tidak hanya motif agama yang menentukan kesadaran masyarakat terhadap makanan atau produk halal, tetapi juga masalah kesehatan (Bonne et al dalam Abdul Ambali dan Ahmad Bakar, 2012)	1. Kualitas Makanan Halal	1. Tingkat pengetahuan bahwa kualitas makanan yang disajikan halal	Ordinal	III.C.1
		2. Tingkat pengetahuan bahwa makanan halal baik untuk kesehatan	Ordinal	III.C.2
	2. Kebersihan	3. Tingkat kebersihan makanan Fuku Ramen	Ordinal	III.C.3
		4. Tingkat kebersihan restoran Fuku Ramen	Ordinal	III.C.4
		5. Tingkat kebersihan peralatan makanan Fuku Ramen	Ordinal	III.C.5

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

<i>Label Halal</i> (X4) label dan logo halal dianggap sebagai	1. Label Halal	1. Tingkat kepercayaan terhadap label halal di Fuku Ramen	Ordinal	III.D.1
sumber penting dalam menumbuhkan kesadaran tentang keamanan dan higienisan suatu makanan dan minuman serta kategori lainnya (Abdul Ambali dan Ahmad N. Bakar, 2012)		2. Tingkat pentingnya label Halal di Fuku Ramen	Ordinal	III.D.2
		3. Tingkat pentingnya logo Halal pada restoran Fuku Ramen	Ordinal	III.D.3
		4. Tingkat kemudahan dalam mengenali label dan logo halal di Fuku Ramen	Ordinal	III.D.4
Keputusan Pembelian (Y) <i>“Consumer buyer behavior refers to the buying of final consumer-individuals and household the buy goods and services for personal consumption. (perilaku pembelian konsumen mengacu pada pembelian akhir individual konsumen dan rumah tangga yang mana membeli barang atau jasa untuk mengkonsumsi secara pribadi). Kotler, Bowen dan Makens (2014, hlm 166)</i>				
Pemilihan Produk	Kemenarikan menu makanan yang ditawarkan	1. Tingkat kemenarikan Fuku Ramen dengan restoran lain	Ordinal	III.E.1
	Variasi menu makanan yang tersedia	2. Tingkat variasi menu makanan yang disediakan restoran	Ordinal	III.E.2
	Kenyamanan suasana	3. Tingkat kenyamanan suasana yang diberikan restoran	Ordinal	III.E.3
	Pelayanan yang diberikan	4. Tingkat pelayanan yang diberikan	Ordinal	III.E.4

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

		restoran		
Pemilihan Merek	Citra restoran tersebut di mata masyarakat	1. Tingkat persepsi citra merek Fuku Ramen	Ordinal	III.F.1
	Kepercayaan terhadap merek restoran tersebut	2. Tingkat kepercayaan terhadap merek restoran Fuku Ramen	Ordinal	III.F.2
	Pengalaman terhadap merek atau produk yang ada di restoran tersebut	3. Tingkat pengalaman terhadap merek Fuku Ramen	Ordinal	III.F.3
Pemilihan Perantara	Lokasi	1. Tingkat kestrategisan lokasi restoran Fuku Ramen	Ordinal	III.G.1
	Akses	2. Tingkat kemudahan akses menuju restoran Fuku Ramen	Ordinal	III.G.2
Jumlah Pembelian	Banyaknya pemesanan menu di restoran tersebut	1. Tingkat jumlah pemesanan menu di Fuku Ramen dalam sekali datang	Ordinal	III.H.1
		2. Tingkat frekuensi pembelian dalam satu tahun	Ordinal	III.H.2
Waktu Pembelian	Membeli berdasarkan weekend	1. Tingkat waktu pembelian pada saat weekend	Ordinal	III.I.1
	Membeli berdasarkan weekday	2. Tingkat waktu pembelian pada saat weekday	Ordinal	III.I.2
Metode Pembayaran	Pembayaran dengan Tunai	1. Tingkat frekuensi melakukan pembayaran tunai	Ordinal	III.J.1
	Pembayaran dengan Non Tunai	2. Tingkat frekuensi	Ordinal	III.J.2

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

		melakukan pembayaran dengan non tunai		
--	--	---------------------------------------	--	--

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari data yang diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan apabila penelitian menggunakan teknik observasi maka sumber data bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Menurut Husein Umar (2009, hlm 42) mengungkapkan bahwa “data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”. Dengan kata lain data primer diperoleh secara langsung. Sedangkan data sekunder menurut Husein Umar (2009, hlm 42) mengungkapkan bahwa “data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel atau diagram”.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis menyajikan dalam Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Sumber Data	Jenis Data
Data Sekunder			
1	Klasifikasi restoran di Kota Bandung	Dispar Kota Bandung	Data Sekunder
2	Data restoran bersertifikat halal di Kota Bandung	LPPOM MUI Jawa Barat	Data Sekunder
3	Profil <i>Fuku Ramen</i>	Restoran <i>Fuku Ramen</i>	Data Sekunder
Data Primer			
4	Karakteristik responden	Pengunjung <i>Fuku Ramen</i>	Data Primer
5	Tanggapan responden terhadap <i>Halal Awareness</i> pada Restoran <i>Fuku Ramen Bandung</i>	Pengunjung <i>Fuku Ramen</i>	Data Primer
6	Tanggapan responden terhadap keputusan Pembelian pada Restoran <i>Fuku Ramen Bandung</i>	Pengunjung <i>Fuku Ramen</i>	Data Primer

Sumber: Pengolahan berbagai sumber, 2016

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam penelitian, pengumpulan data merupakan langkah penting untuk mengetahui karakteristik dari populasi yang menjadi elemen-elemen dalam objek penelitian. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Dalam pengumpulan data akan selalu berhadapan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Menurut Sherri L. Jackson (2012, hlm 20) “*population is all the people about whom a study it meant to generalize*”.

Populasi adalah mengenai untuk siapa penelitian itu ditujukan kemudian melakukan generalisasi. Sedangkan menurut Moh. Nazir (2011, hlm 271) “populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan”. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Fuku Ramen Bandung di tahun 2016 sebanyak 4889 orang.

3.2.4.2 Sampel

Dalam melakukan penelitian tidak semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga yang tersedia. Peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel. Sampel responden yang diambil dari penelitian ini adalah responden Muslim yang berkunjung ke Fuku Ramen Bandung.

Menurut Mark L. Bernson (2012, hlm 205) menyatakan “*A sample is defined as the population that has been selected for analysis*”. Sampel adalah populasi yang terpilih untuk dianalisis. Sedangkan menurut Malhotra (2009, hlm 364) “Sampel adalah sub kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi”. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin dipelajari semua, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Penarikan sampel ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel merupakan perwakilan dari populasi penelitian.

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

Dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini, penulis menggunakan rumus Tabachnick dan Fidel (2013, hlm 123) :

$$N \geq 50 + 8m$$

Atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:

N : jumlah sampel

m : jumlah variabel

Untuk mendapatkan jumlah sampel, maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus Tabachnick dan Fidel:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 4$$

$$N \geq 108$$

Jadi dalam penelitian ini, jumlah sampel yang harus diteliti adalah sebanyak 108 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Charles Stangor (2011, hlm 110), mengemukakan bahwa “*sampling refers to the selection of people to make inferences about larger group of individuals*”. Teknik sampling mengacu pada pemilihan orang-orang untuk berpartisipasi dalam sebuah proyek penelitian biasanya digunakan untuk membuat kesimpulan tentang kelompok yang lebih besar dari individu. Menurut Malhotra (2009, hlm 375) “sebuah teknik sampling dapat diklarifikasikan sebagai *non probability* dan *probability*. Sampel *probability* adalah sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan sampel *non probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Probability sampling memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratified random sampling* dan *area sampling* (sampling menurut daerah). Sedangkan sampel *non probability* memiliki tiga jenis teknik penarikan yaitu *convenience sampling/accidental*

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

sampling, *purpose sampling* dan *snowball sampling*. Aziz Firdaus (2012, hlm 29) juga berpendapat “suatu penelitian sampel dilakukan terlebih dahulu perlu ditentukan suatu populasi dari sampel tersebut”.

Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* yang termasuk dalam teknik *non probability sampling*. Sugiyono (2014, hlm 85) teknik sampel ini berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja/kebetulan bertemu dengan peneliti maka dapat dijadikan sampel.

Berikut langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan teknik pengambilan sampel secara sederhana, sebagai berikut:

1. Menentukan konsumen yang akan dijadikan objek penelitian. Dalam hal ini, pengunjung muslim yang melakukan pembelian di restoran Fuku Ramen.
2. Berdasarkan jumlah populasi yang ada, dipilih 30 konsumen yang akan dijadikan sampel.
3. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner. Pemilihan waktu yang diambil adalah saat waktu operasi restoran dan pada saat jam makan pada pukul 11.00-21.00.

3.2.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun website guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
2. Observasi atau pengamatan langsung terhadap kegiatan dan keadaan Fuku Ramen Kota Bandung.
3. Angket (Kuisisioner). Berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden dan pengalaman responden yang berkunjung. Kuisisioner akan ditujukan kepada pengunjung Fuku Ramen Kota Bandung.

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Uji keabsahan data dalam penelitian, ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel dan obyektif. Menurut Sugiyono (2013, hlm 202) validitas merupakan derajat ketepatan antara datayang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dalam arti, hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.

Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen halal food sebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y. Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruksi (*construct validity*), yaitu menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor item instrumen (berupa item pertanyaan) dalam suatu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total.

Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, jika korelasi tiap faktor adalah positif maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Jadi, berdasarkan analisis faktor itu dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik. Dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20.0 for windows*.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Uma Sekaran (2013, hlm 110) adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan denganskor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut :

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

Sugiyono (2014, hlm 183)

dimana : r_{xy} = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan.

Keterangan :

- n : Jumlah responden
- x : Skor per item dalam variabel
- y : Skor total item dalam variabel
- $\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor ditribusi X
- $\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi 0,05
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *halal awareness* instrumen variabel (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 20 for windows*.

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS HALAL AWARENESS DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Halal Awareness</i>				
<i>Halal Exposure</i>				
1	Tingkat kredibilitas informasi dari restoran bahwa menu di Fuku Ramen halal	0,539	0,374	Valid
2	Tingkat kredibilitas edukasi dari restoran bahwa Fuku Ramen halal	0,601	0,374	Valid
3	Tingkat pengetahuan karyawan terhadap kehalalan dalam menu Fuku Ramen	0,661	0,374	Valid
4	Tingkat kredibilitas informasi dari	0,616	0,374	Valid

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

No	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
	review bahwa menu makanan di Fuku Ramen halal			
Religious Belief				
1	Tingkat keyakinan konsumen saat datang ke restoran Fuku Ramen	0,763	0,374	Valid
2	Tingkat keyakinan dalam mengkonsumsi menu yang terdapat di Fuku Ramen	0,599	0,374	Valid
3	Tingkat keyakinan untuk datang kembali ke restoran Fuku Ramen	0,818	0,374	Valid
Health Reason				
1	Tingkat pengetahuan bahwa kualitas makanan yang disajikan halal	0,666	0,374	Valid
2	Tingkat pengetahuan bahwa makanan halal baik untuk kesehatan	0,634	0,374	Valid
3	Tingkat kebersihan makanan di Fuku Ramen	0,461	0,374	Valid
4	Tingkat kebersihan restoran di Fuku Ramen	0,633	0,374	Valid
5	Tingkat kebersihan peralatan makanan di Fuku Ramen	0,555	0,374	Valid
Label Halal				
1	Tingkat kepercayaan terhadap label halal di Fuku Ramen	0,402	0,374	Valid
2	Tingkat pentingnya label halal pada restoran Fuku Ramen	0,584	0,374	Valid
3	Tingkat pentingnya logo halal pada restoran Fuku Ramen	0,687	0,374	Valid
4	Tingkat keyakinan konsumen dalam memilih makanan dengan adanya label halal	0,711	0,374	Valid
Keputusan Pembelian				
Pemilihan Produk				
1	Tingkat kemenarikan produk Fuku Ramen dengan restoran lain	0,761	0,374	Valid
2	Tingkat variasi menu makanan yang disediakan restoran	0,594	0,374	Valid
3	Tingkat kenyamanan suasana yang diberikan restoran	0,730	0,374	Valid

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

No	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
4	Tingkat pelayanan yang diberikan restoran	0,858	0,374	Valid
Pemilihan Merek				
1	Tingkat persepsi citra merek Fuku Ramen	0,717	0,374	Valid
2	Tingkat kepercayaan terhadap merek restoran Fuku Ramen	0,647	0,374	Valid
3	Tingkat pengalaman terhadap merek Fuku Ramen	0,652	0,374	Valid
Pemilihan Perantara				
1	Tingkat kestrategisan lokasi restoran Fuku Ramen	0,703	0,374	Valid
2	Tingkat kemudahan akses menuju restoran Fuku Ramen	0,606	0,374	Valid
Jumlah Pembelian				
1	Tingkat jumlah pemesanan menu di Fuku Ramen dalam sekali datang	0,549	0,374	Valid
2	Tingkat frekuensi pembelian dalam satu tahun	0,391	0,374	Valid
Waktu Pembelian				
1	Tingkat waktu pembelian ada saat <i>weekend</i>	0,694	0,374	Valid
2	Tingkat pembelian ada saat <i>weekday</i>	0,462	0,374	Valid
Metode Pembayaran				
1	Tingkat frekuensi melakukan pembayaran tunai	0,617	0,374	Valid
2	Tingkat frekuensi melakukan pembayaran dengan non tunai	0,619	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan Tabel 3.3 di atas, hasil pengolahan data pengujian validitas dari setiap item pertanyaan mengenai *Halal Awareness* dan Keputusan Pembelian (37 item) yang diperoleh dari jumlah responden sebanyak 30 orang yang merupakan konsumen Fuku Ramen menunjukkan semua pertanyaan valid karena skor r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} (0,374) pada derajat kebebasan ($df = n-2$). Dengan demikian pertanyaan pada instrumen ini dinyatakan sah.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

Reliabilitas menurut Sugiyono (2013, hlm 202) adalah hasil penelitian dikatakan reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Pengujian reliabilitas instrument dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : (Husein Umar, 2009, hlm 170)

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

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

σ_1^2 : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Sumber : (Husein Umar, 2009, hlm 170)

Keterangan :

n : Jumlah responden

σ : Nilai varian

x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS *HALAL AWARENESS* DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	VARIABEL	$C\sigma$ hitung	$C\sigma$ minimal	Keterangan
1	<i>Halal Awareness</i>	0,838	0,70	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,862	0,70	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas, hasil pengolahan data pengujian reliabilitas variabel *Halal Awareness* dan Keputusan Pembelian menunjukkan nilai $C\sigma$ hitung lebih dari 0,70 dan dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian penelitian mengenai *Halal Awareness* dan Keputusan Pembelian ini dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Menurut Misbahuddin dan Iqbal Hasan (2013 hlm 27) pengelolaan data adalah proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara atau rumus tertentu. Sementara itu, analisis data menurut Sugiyono (2014 hlm 244) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai pengaruh *Halal Awareness* (X) yang terdiri dari *Halal Exposure*, *Religious Belief*, *Health Reason*, dan *Label Halal* terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat memiliki indikator merek, produk, perantara, jumlah, waktu, dan metode pembayaran.

3.2.7.1. Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data untuk menguji hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013 Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

hlm 258). Pengolahan data secara deskriptif merupakan pengolahan data paling sederhana yang dapat dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih rinci dari satu kelompok data. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian.

1. Analisis data deskriptif mengenai *Halal Awareness* pada Fuku Ramen Bandung melalui empat dimensi yaitu *Halal Exposure*, *Religious Belief*, *Health Reason*, dan *Label Halal*.
2. Analisis data deskriptif mengenai keputusan pembelian pada Fuku Ramen Bandung.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda. Dalam hal ini, regresi berganda adalah nilai dua pengaruh variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidak adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Untuk menetapkan kelima variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang kelima variabel tersebut.

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan

menggunakan *method of successive interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

$$ScaleValue = \frac{(Densityatlowerlimit) - (Densityatupperlimit)}{(Areabelowupperlimit) - (Areabelowlowerlimit)}$$

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

3.2.7.3. Rancangan Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Daya yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Kegunaan regresi dalam penelitian ini salah satunya adalah untuk memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui (Riduwan dan Sunarto, 2012 hlm 105)

Berikut adalah persamaan regresi linier berganda empat variabel bebas dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

(Uber Silalahi, 2012 hlm 431)

Keterangan : Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan

a = harga Y bila $X = 0$

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila $b (+)$ maka terjadi kenaikan, bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.

X = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu, X_1 (*Halal Exposure*), X_2 (*Religious Belief*), X_3 (*Health Reason*), dan X_4 (*Label Halal*) adalah variabel penyebab.

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

3. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

TABEL 3.5
INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

0,800 – 1,000	Sangat Kuat
---------------	-------------

Sumber : Sugiyono (2012, hlm 184)

5. Uji Koefisien Determinasi

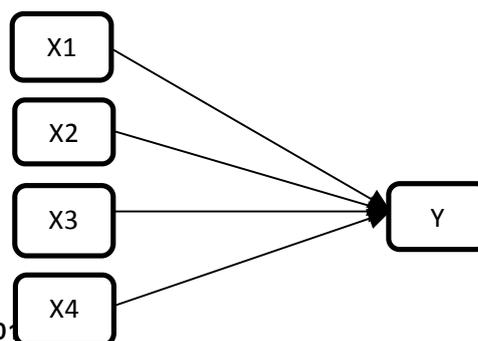
Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Sumber : Alma Buchari (2007, hlm 81)

Keterangan : KP = Nilai Koefisien determinasi
R = Nilai Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu X_1 (*Halal Exposure*), X_2 (*Religious Belief*), X_3 (*Health Reason*), X_4 (*Label Halal*) dan terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar berikut :



Putri Mutiara Hanyfa, 2011

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

GAMBAR 3.1 REGRESI LINIER BERGANDA

3.2.8. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir dari analisis data. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_1 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

Kriteria pengambilan keputusan hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1. Secara Simultan

$t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *halal awareness* terhadap keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.

$t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya maka terdapat pengaruh yang signifikan antara *halal awareness* terhadap keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.

2. Secara Parsial

- *Halal Exposure* Terhadap Keputusan Pembelian

H_0 : $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Halal Exposure* terhadap keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.

H_1 : $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *Halal Exposure* terhadap keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.

- *Religious Belief* Terhadap Keputusan Pembelian

H_0 : $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Religious Belief* terhadap keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.

H_2 : $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *Religious Belief* terhadap keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

- *Health Reason* terhadap keputusan pembelian

H₀ : $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Health Reason* terhadap Keputusan Pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.

H₃ : $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *Health Reason* terhadap keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.

- *Label Halal* terhadap Keputusan Pembelian

H₀ : $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Label Halal* terhadap keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.

H₄ : $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *Label Halal* terhadap keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen Bandung.