

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa variabel *independent* atau variabel bebas adalah variabel yang memiliki pengaruh atau yang menjadi penyebab perubahan variabel *dependent* atau variabel terikat. Variabel *dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel *independent*.

Objek penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Penelitian ini meneliti mengenai keterkaitan variabel *independent* (X) yang akan memengaruhi suatu kegiatan atau variabel *dependent* (Y), yang termasuk variabel *independent* (X) pada penelitian ini adalah kesadaran halal (X_1) dan sertifikasi halal (X_2) dan kepercayaan terhadap penjual (X_3), sedangkan yang dipengaruhi atau variabel *dependent* adalah minat beli (Y).

Bandung memiliki subkota wilayah yang terdiri dari 8 bagian yaitu, Wilayah Bojonagara, Wilayah Cibeunying, Wilayah Kordon, Wilayah Karees, Wilayah Tegalega, Wilayah Arcamantik, Wilayah Ujung Berung dan Wilayah Gedebage. Wilayah Cibeunying adalah salah satu wilayah yang Bandung yang memiliki banyak cafe dan coffee shop populer, pusat sarana olahraga, fasilitas sarana masyarakat seperti taman-taman yang dipopulerkan oleh gubernur Ridwan Kamil, Gedung Sate yang menjadi ciri khas kota Bandung dan tidak jarang festival diadakan di wilayah ini. Maka dari itu, subjek dari penelitian ini adalah konsumen milenial yang pernah mengkonsumsi dan membeli jajanan populer khas di Wilayah Cibeunying Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah langkah-langkah yang harus dilakukan agar bisa memperoleh pengetahuan ilmiah, sehingga apabila disusun secara sistematis dapat menghasilkan ilmu pengetahuan (Suryana, 2010). Dalam melakukan sebuah penelitian, ada salah satu langkah dimana peneliti harus memilih metode apa yang

akan di gunakan agar memperoleh gambaran permasalahan, sehingga dapat melakukan pemecahan masalah dari masalah yang diteliti.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang ditetapkan.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan menjelaskan variabel kedalam konsep teori dari variabel yang diteliti, indikator, ukuran dan skala yang bertujuan untuk mendefinisikan dan mengukur variabel. Mengoperasionalkan suatu konsep agar dapat diukur, dilakukan melalui melihat dimensi perilaku aspek atau karakteristik yang ditunjukkan oleh suatu konsep (Hermawan, 2009). Penjelasannya bisa dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3. 1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No
Kesadaran Halal (X1)	Kesadaran dalam konteks halal secara harfiah berarti memiliki ketertarikan minat khusus yaitu pengalaman, atau informasi yang cukup terkait isu makanan halal, minuman dan produk lainnya (Ambali & Bakar, 2014)	Indikator kesadaran halal pada penelitian (Ambali & Bakar, 2014) yaitu:	Data diperoleh dari konsumen generasi milenial, meliputi:	Ordinal	1
		-Aspek halal menjadi pertimbangan dalam memilih produk untuk dikonsumsi	-Aspek halal menjadi pertimbangan dalam memilih produk untuk dikonsumsi		2
		- Memastikan kehalalannya komposisi produk	- Memastikan kehalalannya komposisi produk		3
		-Memperhatikan pentingnya mengkonsumsi makanan halal	- Memperhatikan pentingnya mengkonsumsi makanan halal		

		- Menghindari makanan yang diragukan kehalalannya	- Menghindari makanan yang diragukan kehalalannya		4
		- Mengonsumsi makanan halal merupakan bentuk ketaatan terhadap agama	- Mengonsumsi makanan halal merupakan bentuk ketaatan terhadap agama		5
		- Peduli terhadap isu-isu makanan halal	- Peduli terhadap isu-isu makanan halal		6
		- Memiliki tingkat kepedulian terhadap proses pengolahan makanan	-Memiliki tingkat kepedulian terhadap proses pengolahan makanan		7
		-Merasa khawatir apabila makanan yang dibeli tidak terdapat logo halal	-Merasa khawatir apabila makanan yang dibeli tidak terdapat logo halal		8
		- Merasa tenang apabila makanan yang dikonsumsi terdapat sertifikasi halal	- Merasa tenang apabila makanan yang dikonsumsi terdapat sertifikasi halal		9
Sertifikasi Halal (X2)	Sertifikasi halal merupakan informasi yang diberikan oleh penjual kepada konsumen mengenai produk yang dijualnya. Umat Muslim Indonesia mengonsumsi makanan, minuman dan produk lainnya dengan melihat sertifikasi halal yang disahkan oleh instansi pemerintah setiap negara,	Indikator sertifikasi halal pada penelitian (Ambali & Bakar, 2014), yaitu: -Memastikan makanan memiliki sertifikat halal -Mengetahui seperti apa bentuk sertifikasi halal/label halal - Tercantumnya sertifikasi halal berarti makaan tersebut dipastikan terjamin keamanan dan kebersihannya	Data diperoleh dari konsumen generasi milenial, meliputi: -Memastikan makanan memiliki sertifikat halal -Mengetahui seperti apa bentuk sertifikasi halal/label halal - Tercantumnya sertifikasi halal berarti makaan tersebut dipastikan terjamin keamanan dan kebersihannya	Ordinal	10 11 12

		<p>- Bersedia menerima resiko yang mungkin terjadi atas keputusan yang diambil pada produk tersebut</p> <p>-Bersedia menerima saran dan permintaan dari penjual ketika melakukan pembelian</p>	<p>2. <i>Trusting Intetion</i></p> <p>- Bersedia menerima resiko yang mungkin terjadi atas keputusan yang diambil pada produk tersebut</p> <p>-Bersedia menerima saran dan permintaan dari penjual ketika melakukan pembelian</p>		20
					21
Minat Beli (Y)	Minat beli merupakan perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan untuk melakukan pembelian produk yang sesuai dengan keinginannya, misalnya seorang konsumen muslim memiliki minat untuk membeli produk makanan halal. (Kotler & Keller, 2009).	<p>Indikator minat beli pada penelitian (Ferdinand, 2006), yaitu:</p> <p>1. Minat transaksional</p> <p>Berminat membeli makanan halal</p> <p>Memilih untuk membeli makanan halal adalah ide yang bagus</p> <p>2. Mv inat referensial</p> <p>-Merekomendasikan makanan halal kepada keluarga</p> <p>-Merekomendasikan makanan halal kepada kerabat</p>	<p>Data diperoleh dari konsumen generasi milenial, meliputi:</p> <p>1. Minat transaksional</p> <p>Berminat membeli makanan halal</p> <p>Memilih untuk membeli makanan halal adalah ide yang bagus</p> <p>2. Minat referensial</p> <p>-Merekomendasikan makanan halal kepada keluarga</p> <p>-Merekomendasikan makanan halal kepada kerabat</p>	dinal	22
					23
					24
					25
		<p>3. Minat preferensial</p> <p>- Menjadikan makanan yang berserifikat halal menjadi prioritas pilihan pertama dalam daftar pembelian dibandingkan dengan makanan yang tidak bersertifikat halal.</p>	<p>3. Minat preferensial</p> <p>Menjadikan makanan yang berserifikat halal menjadi prioritas pilihan pertama dalam daftar pembelian dibandingkan dengan makanan yang tidak bersertifikat halal.</p>		26

		4. Minat eksploratif - Mencari tahu tentang halal tidaknya produk sebelum melakukan pembelian	4. Minat eksploratif - Mencari tahu tentang halal tidaknya produk sebelum melakukan pembelian		27
		Mencari tahu tercantum tidaknya sertifikasi halal pada produk sebelum melakukan pembelian	Mencari tahu tercantum tidaknya sertifikasi halal pada produk sebelum melakukan pembelian		28
		Mencari tahu tentang halal tidaknya dan tercantumnya sertifikat halal pada produk sebelum melakukan pembelian kepada kerabat dan keluarga	Mencari tahu tentang halal tidaknya dan tercantumnya sertifikat halal pada produk sebelum melakukan pembelian kepada kerabat dan keluarga		29
		Mecari tahu tentang halal tidaknya dan tercantumnya sertifikat halal pada produk sebelum melakukan pembelian melalui media sosial	Mecari tahu tentang halal tidaknya dan tercantumnya sertifikat halal pada produk sebelum melakukan pembelian melalui media sosial		30

3.4 Populasi, Sampel, Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut (Neolaka, 2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang diteliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen milenial yang pernah mengkonsumsi jajanan populer halal khas Bandung. Target populasi yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen milenial yang pernah berkunjung dan membeli jajanan populer halal khas Bandung di wilayah Cibeunying Bandung.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2014) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sementara menurut (Malhotra, 2010) sampel adalah sub kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi.

Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample (Sugiyono, 2014). Teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana sampel dipilih secara subjektif, sesuai dengan persyaratan yang dibuat oleh peneliti sebagai kriteria yang harus dipenuhi untuk menjadi sampel. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar mewakili atau menggambarkan populasi yang sebenarnya (Sugiyono, 2014). Maka dari itu, kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah generasi milenial muslim berusia 17-39 tahun, sehat jasmani dan rohani, sudah pernah mengkonsumsi dan membeli jajanan populer khas Bandung di daerah Cibeunying yang bersertifikat halal, konsumen harus mengetahui konsep halal, dan juga bisa membedakan makanan halal dan yang bukan. Dikarenakan lokasi penelitian yang terbatas maka responden yang diambil belum diketahui pasti jumlahnya, oleh karena itu penentuan jumlah sampel yang akan diambil dapat ditentukan oleh rumus Wibisono berikut (Riduwan & Akdon, 2010):

$$n = \left(\frac{Z\alpha/2 \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sample

$Z_{\alpha} =$ Ukuran tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$ (tingkat kepercayaan 95% berarti $Z_{0,05} = 1,96$

$\sigma =$ Standar Deviasi

$e =$ Standart error atau kesalahan yang dapat ditoleransi ($5\% = 0,05$)

Perhitungan :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Berdasarkan rumus di atas, sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96,04 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka akan dibulatkan ke atas menjadi 100 orang responden.

3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan guna memperoleh data yang relevan. Sebagaimana pengumpulan data dapat dilakukan dengan angket, pedoman observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2017). Sebagaimana sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan beberapa teknik sebagai berikut :

1.Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dengan mempelajari buku, *website*, makalah, situs, majalah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Teknik ini merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data-data atau sumber-sumber penelitian sebelumnya berguna untuk penelitian berikutnya.

2.Studi Lapangan

Studi lapangan yang dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi secara langsung yaitu observasi dan kuesioner. Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Observasi dalam penelitian ini adalah untuk melihat

berapa banyak jajanan populer khas Bandung tersebar di wilayah Cibeunying. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti memberikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013). Kuesioner disebar dengan tujuan untuk mengumpulkan data responden untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal, sertifikasi halal dan kepercayaan kepada penjual terhadap minat beli jajanan khas populer di Kota Bandung.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data tentang pengaruh kesadaran halal, sertifikasi halal dan kepercayaan kepada penjual terhadap minat beli konsumen milenial yang datang ke wilayah Cibeunying Bandung, beserta data masing-masing variabel yang dikaji yang bersifat kuantitatif. Dimana data kuantitatif ini berupa angka-angka yang kemudian diolah menjadi analisis data dan tabel. Sumber data yang digunakan ada dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2017) menjelaskan pengertian sumber data primer dan sumber data sekunder sebagai berikut :

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain atau lewat dokumen.

Data primer yang peneliti peroleh menggunakan penyebaran kuisisioner kepada sumber data yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu konsumen milenial yang pernah mengonsumsi dan membeli jajanan populer khas Bandung di wilayah Cibeunying. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur, jurnal dan artikel yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun contoh dokumen dari instansi pemerintah seperti data kunjungan wisatawan, data wisatawan yang datang ke Bandung, jumlah penduduk berdasarkan agama dan lain sebagainya.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar kuesioner. Lembar kuesioner atau angket ini digunakan untuk mendapatkan data

tentang pengaruh kesadaran halal, sertifikasi halal dan kepercayaan kepada penjual terhadap minat beli jajanan populer khas halal kota Bandung kepada generasi milenial. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa instrumen penelitian merupakan alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena dalam maupun sosial yang sedang diamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala likert, menurut Sugiyono (2014) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang sesuatu fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan jenis instrumen dengan skor berikut ini:

- | | |
|------------------------------|---------------|
| 1. SS : Sangat Setuju | diberi skor 5 |
| 2. S : Setuju | diberi skor 4 |
| 3. KS: Kurang Setuju | diberi skor 3 |
| 4. TS : Tidak Setuju | diberi skor 2 |
| 5. STS : Sangat Tidak Setuju | diberi skor 1 |

Agar mendapatkan hasil penelitian yang baik, peneliti harus menyusun rancangan kisi-kisi instrumen penelitian, kisi-kisi bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data yang diambil (Arikunto, 2010).

3.8 Uji Validitas dan Reabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Data dalam penelitian mempunyai kedudukan yang paling tinggi karena merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentuk hipotesis. Benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian dan tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen pengumpulan data yang baik harus memenuhi dua syarat yaitu harus *valid* dan *reliable*. Uji validitas dan reabilitas pada penelitian ini menggunakan alat bantu software komputer SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 25.0 for Windows.

Validitas adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

(Sugiyono, 2017). Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuisisioner yang valid dan mana yang tidak. Rumus yang digunakan untuk menghitung valid tidaknya instrument penelitian ini adalah rumus *kolerasi product moment* :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y))}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi product moment

n = Jumlah Populasi

$\sum x$ = Jumlah skor butir x

$\sum y$ = Jumlah skor butir y

$\sum x^2$ = Jumlah skor butir kuadrat x

$\sum y^2$ = Jumlah skor butir kuadrat y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian butir x dan skor butir y

Nilai r_{xy} menunjukkan kolerasi antar dua variabel yang dikorelasikan. Uji validitas di tentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan dikatakan valid jika, $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan dikatakan tidak valid jika, $r_{hitung} < r_{tabel}$
3. Berdasarkan jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 30 kuesioner dengan tingkat kesalahan 5% dan derajat keabsahan N-2 (30-2=28), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

Tabel 3. 2

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Kesadaran halal (X1)	1	0,361	0,916	Valid
2		2	0,361	0,872	Valid
3		3	0,361	0,920	Valid
4		4	0,361	0,684	Valid
5		5	0,361	0,701	Valid
6		6	0,361	0,811	Valid
7		7	0,361	0,881	Valid
8		8	0,361	0,761	Valid
9		9	0,361	0,923	Valid
1	Peranan sertifikasi halal (X2)	1	0,361	0,793	Valid
2		2	0,361	0,708	Valid
3		3	0,361	0,665	Valid
4		4	0,361	0,607	Valid
5		5	0,361	0,802	Valid
6		6	0,361	0,794	Valid
7		7	0,361	0,803	Valid
1	Kepercayaan kepada penjual (X3)	1	0,361	0,876	Valid
2		2	0,361	0,842	Valid
3		3	0,361	0,777	Valid
4		4	0,361	0,851	Valid
5		5	0,361	0,700	Valid
1	Minat Beli (Y)	1	0,361	0,609	Valid
2		2	0,361	0,835	Valid
3		3	0,361	0,799	Valid

4		4	0,361	0,753	Valid
5		5	0,361	0,858	Valid
6		6	0,361	0,891	Valid
7		7	0,361	0,833	Valid
8		8	0,361	0,913	Valid
9		9	0,361	0,682	Valid

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji validitas kuesioner responden pada angket variabel x yakni kesadaran halal, peranan sertifikasi halal dan kepercayaan kepada penjual yang memiliki 30 item pertanyaan dan variabel y yakni minat beli secara keseluruhan dikatakan valid karena memenuhi ketentuan keputusan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0.361. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa 30 item pertanyaan tersebut dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

3.8.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan (Sugiyono, 2017). Uji reabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan (keterandalan) alat pengumpulan data instrumen yang digunakan. Dalam uji reabilitas terhadap penelitian ini digunakan rumus *Alpha Cronbach* (Riduwan, 2012) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai realibilitas

$\sum Si$ = Jumlah varians skor tiap-tiap butir

St = Varians item

K = Jumlah item

Koefisien *Alpha Cronbach* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian.

1. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,60.
2. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas tidak memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih kecil dari 0,60.

Tabel 3.3

Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha yang disyaratkan	Keterangan
1	Kesadaran halal (X1)	0,941	0,60	Realible
2	Sertifikasi Halal(X2)	0,931	0,60	Realible
3	Kepercayaan kepada penjual (X3)	0,931	0,60	Realible
4	Minat beli (Y)	0,936	0,60	Realible

Sumber: Data hasil penelitian, 2020

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, hasil perhitungan nilai reabilitas dari data instrumen yang dibuat oleh peneliti lebih besar dari cronbanch alpha yang diisyaratkan sebesar 0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten.

3.9 Uji Normalitas

Syarat utama untuk melakukan analisis regresi adalah pengujian normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk mengetahuinya yaitu dengan analisis grafik histogram dan grafik P-Plot yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal (Ghozali, 2011). Uji normalitas dapat diketahui melalui pola persebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik normal P-Plot. Apabila persebaran data berada diluar garis diagonal dan searah dengan arah grafis diagonal P-Plot, maka model regresi telah memenuhi nilai normalitas.

3.10 Analisis Data

3.10.1 Analisis Kolerasi

Penelitian ini menggunakan analisis kolerasi *pearson product moment (r)*. Menurut (Riduwan, 2013) teknik analisis *pearson porduct moment* termasuk dalam teknik analisis parametric dengan menggunakan data interval dan ratio dengan persyaratan tertentu. Korelasi PPM dikembangkan (*r*) dengan ketentuan nilai *r* tidak lebih dari harga $(-1 \leq 1 \leq +1)$. Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna; apabila $r = 0$ artinya tidak ada korelasi dan apabila $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Rumus yang digunakan pada kolerasi *pearson product moment* ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

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

X = Skor variabel X

Y = Skor variabel Y

ΣX = Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

n = banyaknya sampel

3.10.2 Analisis Regresi Berganda

Menurut (Riduwan, 2013) analisis regresi berganda adalah sebuah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Kegunaannya untuk memperkirakan nilai dari variabel terikat (Y). Rumus analisis regresi berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n \text{ (Sugiyono, 2013)}$$

Sehingga bentuk persamaannya menjadi:

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

Keterangan:

Y = Minat beli

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi untuk kesadaran halal

X₁ = variabel kesadaran halal

b₂ = koefisien regresi untuk sertifikasi halal

X₂ = variabel sertifikasi halal

b₃ = koefisien regresi untuk kepercayaan kepada penjual

X₃ = variabel kepercayaan kepada penjual

3.10.3 Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi parsial adalah nilai yang menyatakan untuk mengukur besar kecilnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y, koefisiensi determinasi merupakan kuadrat koefisiensi korelasi (r). Menurut (Sugiyono, 2013) untuk menghitung koefisien determinasi parsial dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

KP = Nilai koefisiensi determinasi

r = Koefisiensi korelasi

3.11 Pengujian Hipotesis

3.11.1 Uji T (Parsial)

Kriteria pengambilan keputusan statistik dalam rangka pengambilan penolakan hipotesis menurut pengujian hipotesis secara keputusan penerimaan

atau adalah uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel X terhadap variabel Y, dengan rumusan hipotesis:

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk pengujian signifikan koefisien korelasi hipotesis, dimana kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (H_a diterima atau H_0 ditolak).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti variabel X berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Y (H_a ditolak atau H_0 diterima).

Sesuai dengan permasalahannya, maka dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. H_1 Kesadaran halal

H_0 : tidak ada pengaruh signifikan kesadaran halal terhadap minat beli.

H_a : terdapat pengaruh signifikan kesadaran halal terhadap minat beli.

2. H_2 Sertifikasi halal

H_0 : tidak terdapat pengaruh signifikan sertifikasi halal terhadap minat beli.

H_a : terdapat pengaruh signifikan sertifikasi halal terhadap minat beli.

3. H_3 Kepercayaan kepada penjual

H_0 : tidak terdapat pengaruh signifikan kepercayaan kepada penjual terhadap minat beli.

H_a : terdapat pengaruh signifikan kepercayaan kepada penjual terhadap minat beli.

3.11.2 Uji F (Simultan)

Hipotesis yang diuji di dalam penelitian ini adalah mengenai ada atau tidaknya pengaruh antara variabel yang diteliti, yaitu variabel yang diangkat antara variabel bebas tentang kesadaran halal (X_1), sertifikasi halal (X_2), kepercayaan

kepada penjual (X_3), terhadap variabel terikat yaitu minat beli (Y). Sehingga hipotesis asosiatif dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang baik antara kesadaran halal, sertifikasi halal, kepercayaan kepada penjual (X) dan minat beli (Y).

$H_0 : F_{hitung} < F_{tabel} =$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari koefisien korelasi yang diuji

$: F_{hitung} > F_{tabel} =$ terdapat pengaruh yang signifikan dari koefisien korelasi yang diuji

Dimana, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan begitu maka, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut

$H_0 =$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada kesadaran halal, sertifikasi halal, kepercayaan kepada penjual terhadap minat beli.

$H_a =$ Terdapat pengaruh yang signifikan pada kesadaran halal, sertifikasi halal, kepercayaan kepada penjual terhadap minat beli.