

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.1.1 Penelitian Kuantitatif

Jenis Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal karena, penelitian ini menguji teori dengan mengukur variabel penelitian yang menggunakan prosedur perangkaan (statistik) yang dipakai untuk mengetahui hubungan yang terdapat pada satu variabel atau lebih. Oleh karena itu, peneliti terdapat 2 (dua) variabel yaitu: variabel independen yang terdiri dari Label Halal, Harga, Promosi dan variabel dependen yaitu Minat Beli.

3.2 Objek Penelitian

Adapun sebagai subjek penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari label halal, harga, promosi terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Sedangkan pada penelitian objek yang dipilih adalah di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Alasan meneliti di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang, karena di Argosari menjadi Minoritas sehingga penelitian ini ingin menemukan apakah dengan jumlah yang minim atau minoritas bisa memberikan hasil bahwa masyarakat muslim tidak mengikuti kebiasaan masyarakat yang sebagian non muslim di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.

Penelitian ini pada objek yang akan dipilih adalah masyarakat minoritas di Desa Argosari Kecamatan Senduro. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti sebagai berikut:

- a. Lokasi objek penelitian yang berada di Kabupaten Lumajang memudahkan peneliti untuk melakukan peneliti.
- b. Ketersediaan waktu yang dimiliki dan biaya yang tidak begitu besar dalam pelaksanaan penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer Suryani (2015:17) yakni merupakan data primeryang dikumpulkan dan disiapkan oleh asosiasi atau individu secara langsung dari itemnya. Penelitian ini dalam data primer berupa jawaban responden atas kuesioner yang diperoleh langsung dari sumber atau objek penelitian yaitu pada masyarakat minoritas muslim di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Kuesioner merupakan sebuah teknik yang digunakan ilmuwan untuk menggabungkan daftar pernyataan yang dicatat sebagai salinan cetak yang kemudian akan dibagikan kepada responden dalam pemeriksaan ini,kuesioner akan menghasilkan data faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli makananan halal di Indonesia.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data merupakan darimana data tersebut berasal. Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) macam data Menurut Suryani dan

Suryani (2015:170) yakni data internal dan data eksternal. Data internal adalah yang berasal dari dalam organisasi atau pergaulan dan menggambarkan keadaan organisasi tersebut, data internal dari penelitian ini terdiri dari label halal, harga, dan promosi. Data Eksternal merupakan informasi yang menggambarkan keadaan atau tindakan di luar sebuah organisasi. Data eksternal yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil dari data berupa jumlah penduduk yang ada di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015:119) populasi adalah suatu wilayah yang spekulasi yang terdiri dari pasal atau subyek yang memiliki ciri dan kualitas tertentu. Bahwa populasi pada penelitian adalah penduduk muslim di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang yang melakukan pembelian di Toko Atik (perhari ± 15 satu bulan $15 \times 30 = 450$) sebanyak 450 orang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel dikatakan sebagai bagian dari jumlah dan kualitas penduduk. Jika populasinya sangat besar dan tidak terpikirkan bagi analis untuk mempertimbangkan segala sesuatu yang ada di masyarakat, maka spesialis dapat menggunakan contoh yang diambil dari populasi tersebut. Penyelidikan yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah pemeriksaan kambuh langsung berbeda yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

Teknik untuk pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *simplerandom sampling* yang merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu menurut Sugiyono (2015:139). *Simplerandom sampling* adalah teknik yang paling sederhana (*simpel*). Tes dilakukan secara sembarangan, tidak terlalu memperhatikan tingkat populasi. Pengambilan sampel pada peneliti ini akan dilakukan pada konsumen minoritas muslim di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang sebanyak 82 orang.

Adapun sampel dalam penelitian ini adalah konsumen minoritas muslim di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Untuk menentukan jumlah sampel dalam peneliti ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (c)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel atau jumlah responden

N : Ukuran populasi

E : Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang bisa ditolerir, $e = 0,1$

Dalam rumus Slovin terdapat beberapa ketentuan sebagai berikut:

Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin antara 10% sampai 20% dari keseluruhan jumlah populasi penelitian. Jumlah populasi penelitian sebanyak 450 orang. Persentase kelonggaran yang digunakan adalah 1%. Sehingga hasil perhitungan sampel penelitian dapat dibulatkan mencapai kesesuaian. Jadi untuk mengetahui jumlah sampel penelitian, dapat diketahui dengan perhitungan berikut:

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + (c)^2}$$

$$n = \frac{450}{1 + 450 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{450}{5,5}$$

$$n = 81,8$$



Apabila jumlah sampel penelitian dibulatkan maka besar sampel penelitian minimal dari 450 populasi penelitian pada *margin oferror* 1% adalah sebesar 82.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:68) menyatakan variabel penelitian merupakan sebagai bentuk yang sudah ditetapkan oleh peneliti yang bertujuan untuk memperoleh informasi, lalu dapat disimpulkan dengan atribut nilai individu atau latihan yang memiliki varietas tertentu dan dapat dibaca oleh para analis ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) jenis variabel yaitu variabel *independen* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat).

a. Variabel independen (Bebas)

Variabel independen (bebas) dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan dimana variabel yang akan mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya suatu variabel dependen (terikat), baik hubungan yang positif maupun negatif, yang mana variabel ini mampu memberikan penjelasan terikat bagaimana peneliti menyelesaikan masalah dalam penelitian Sugiyono (2016:39) Variabel independen dalam penelitian ini adalah Label Halal, Harga, dan Promosi.

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Sedangkan variabel dependen (variabel terikat) menurut Sugiyono (2016:39) merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel independen (bebas) tetapi variabel dependen tidak dapat mempengaruhi variabel yang lainnya. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Beli.

3.5.2 Definisi Konseptual Variabel

a. Minat Beli (Y)

Minat adalah sesuatu yang dekat dengan rumah dan diidentifikasi dengan sikap seseorang yang tertarik pada artikel tertentu yang memiliki kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian praktik yang mendekati atau mendapatkan objek itu. Menurut Assael dalam Iltiham (2020) minat beli dapat dikatakan suatu kecenderungan terhadap konsumen untuk mengkonsumsi yang sesuai atau mengambil tindakan yang berkaitan dengan adanya pembelian, serta diukur dengan tingkat kemungkinan pada konsumen yang melakukan pembelian.

b. Label Halal (X_1)

Menurut Panguk (2020:2) Label halal menjelaskan sebagai informasi yang mengenai suatu produk yang resmi telah diizinkan untuk dikonsumsi kepada umat muslim menurut syariah islam. Label halal adalah alat yang menyampaikan dalam data tentang nama item, tandai akan memberikan informasi diidentifikasi dengan daftar bahan yang terkandung dalam barang, berat bersih, daya tahan, nilai atau nilai produk dalam keterangan halal menurut Jalil (2019).

c. Harga (X_2)

Menurut Tjiptono (2015:16) harga merupakan sebuah bagian dalam produk baru yang memutuskan dengan hati-hati, dengan alasan bahwa hal itu mempengaruhi potensi perkembangan dan daya tahan barang tersebut yang bersangkutan. Tantangan terbesar dalam penetapan harga adalah pada penentuan harga yang tepat untuk sebuah produk baru. Secara garis besar perlu dibedakan antara produk baru inovatif dan produk baru imitatif. Menurut Kotler dan

Amstrong dalam Setiyaningrum (2015:128) menjelaskan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk sebuah produk atau jasa yang akan dijual. Secara lebih luas dapat dikatakan harga bahwa semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau pengguna pada suatu produk atau jasa yang menjadi faktor utama dalam pilihan pembeli.

d. Promosi (X₃)

Menurut Adam (2015:94) menyebutkan bahwa promosi merupakan aktivitas untuk berkomunikasi jasa pendidikan tinggi yang ditawarkan perguruan tinggi dalam rangka membangun represi, afeksi dan keputusan program studi yang dipilihnya. Menurut Assauri (2015:265) merupakan promosi yang dilakukan pada suatu perusahaan yang menggunakan kombinasi yang terdapat adanya unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan kebijakan dalam promosi dari perusahaan tersebut.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Minat Beli (Y)

Menurut Assel dalam Iltiham (2020) minat beli dapat dikatakan suatu kecenderungan terhadap pembeli untuk membakar-melalui fitting atau melakukan tindakan yang diidentifikasi adanya pembelian, serta diukur dengan tingkat kemungkinan pada konsumen yang melakukan pembelian. Menurut Doods dalam Setiawan (2016) menyatakan bahwa minat beli kemungkinan untuk pembeli akan berminat membeli kembali produk tersebut, minat beli ulang merupakan perilaku terhadap pelanggan yang merespon positif terhadap kualitas pelayanan di sebuah

organisasi dan berencana untuk melakukan kunjungan kembali atau membakar kembali item tersebut.

Adapun indikator dari minat beli menurut Schiffman dan Kanuk dalam Iltiham (2020) adalah:

- 1) Tertarik mencari informasi mengenai produk.
- 2) Mempertimbangkan untuk membeli.
- 3) Tertarik untuk mencoba.
- 4) Ingin memiliki produk.

Berdasarkan indikator tersebut maka disusun kuesioner dengan jawaban skala *likert* sebagai berikut:

- 1) Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum saya melakukan pembelian.
- 2) Saya mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut.
- 3) Saya tertarik untuk mencoba membeli.
- 4) Saya ingin memiliki produk tersebut.

b. Label Halal

Menurut Sahir (2016) menjelaskan label halal adalah dasar dari item atau gambar yang direncanakan secara tidak terduga, yang merupakan bagian penting dalam suatu kemasan. Nama penting untuk suatu barang yang akan menyampaikan data secara lisan dan penting untuk bundling tentang barang tersebut yang akan dijual Menurut Sahir (2016) halal merupakan suatu syarat yang ditetapkan oleh Allah SWT dan Rasul-nya yang dicatat dalam Al-quran maupun Hadist baik dengan pertanyaan tegas dalam prinsip yang diperintahkan, tidak dilarang, dan tidak membahayakan menurut Silfania (2019).

Indikator menurut Khuwaroh (2018) sebagai berikut:

- 4) Label halal menjamin kehalalan produk.
- 5) Label halal mampu mengalahkan persaingan dari produk lain.
- 6) Label halal bersifat resmi yaitu LPPOM-MUI.

Berdasarkan indikator tersebut maka disusun kuesioner dengan jawaban skala *likert* sebagai berikut:

- 1) Label halal yang tertera dalam produk dalam kehalalan produk.
- 2) label halal mampu mengalahkan produk lain yang tidak berlabel halal.
- 3) Label halal sudah diresmikan dalam Majelis Ulama Islam (MUI).

c. Harga

Menurut Tjiptono (2015:316) harga merupakan sebuah bagian dalam produk baru yang harus diselesaikan dengan hati-hati, dengan alasan bahwa hal itu mempengaruhi potensi perkembangan dan daya tahan barang tersebut yang bersangkutan. Tantangan terbesar dalam penetapan harga adalah pada penentuan harga yang tepat untuk sebuah produk baru. Menurut Alma (2011:208) masalah kebijakan harga merupakan turut menentukan dalam sebuah keberhasilan pada pemasaran produk. Strategi penilaian dapat diselesaikan di setiap tingkat appropriasi, misalnya, oleh pembuat, grosir dan (*pengecer*). Harga dapat sebagai penentuan sebuah poin dasar dalam campuran iklan bantuan karena biaya dapat menentukan pembayaran suatu usaha atau bisnis. Pilihan dalam memperkirakan sangat penting dalam menentukan nilai atau keuntungan bagi klien dan mengambil bagian dalam citra nilai dari jasa.

Indikator *harga* menurut penelitian Khuwaroh (2018) sebagai berikut:

- 5) Harga terjangkau semua kalangan.
- 6) Harga dengan kualitas sesuai dengan yang ditawarkan.
- 7) Harga sesuai dengan manfaat.
- 8) Harga dapat bersaing dengan produk lain.

Berdasarkan indikator tersebut maka disusun kuesioner dengan jawaban skala *likert* sebagai berikut:

- 1) Harga makanan yang ada di Toko Atik terjangkau di semua kalangan.
- 2) Makanan memiliki harga pada Toko Atik sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.
- 3) Harga makanan di Toko Atik sesuai dengan manfaat.
- 4) Harga makanan di Toko Batik dapat bersaing dengan produk lain.

d. Promosi

Menurut Assauri (2015:265) merupakan promosi yang dilakukan pada suatu perusahaan yang menggunakan kombinasi yang terdapat adanya unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan kebijakan dalam promosi dari perusahaan tersebut. Menurut Adam (2015:94) menyebutkan bahwa promosi merupakan aktivitas untuk berkomunikasi administrasi pendidikan lanjutan ditawarkan oleh pendidikan lanjutan untuk membangun penekanan, kehangatan dan pilihan program investigasi yang dipilihnya.

Adapun indikator promosi menurut Setyaningrum (2015:223) menjelaskan pengertian tujuan promosi sebagai berikut:

- 4) Promosi bertujuan untuk menginformasikan (*informing*).

- 5) Promosi bertujuan untuk membujuk (*persuading*).
- 6) Promosi bertujuan untuk mengingatkan (*reminding*).

Berdasarkan indikator tentang promosi tersebut maka disusun kuesioner dengan jawaban skala *likert* sebagai berikut :

- 1) Toko Atik melakukan promosi untuk melakukan promosi untuk dijual.
- 2) Toko Atik melakukan promosi untuk membujuk konsumen.
- 3) Toko Atik melakukan promosi untuk mengingatkan konsumen.

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Setelah variabel penelitian dan definisi operasional yang telah ditentukan, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen adalah alat bermacam-macam informasi dapat berbentuk tes, angket atau kuesioner yang akan digunakan sebagai pedoman wawancara atau observasi. Instrumen sebelum digunakan sebagai alat pengumpulan data, maka instrumen pada penelitian harus terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitas. Sugiyono (2014:17) jumlah instrumen yang akan digunakan dalam penelitian tergantung dari jumlah faktor yang harus direnungkan. Instrumen eksplorasi akan digunakan untuk estimasi yang ditentukan untuk menyampaikan informasi kuantitatif yang tepat, setiap instrumen harus memiliki skala estimasi. Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan penunjuk faktor dan kemudian instrumen dalam pemeriksaan dan skala perkiraannya diperkenalkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel. 3.1

Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Minat Beli	1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai objek (produk)	1.1 Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum saya melakukan pembelian.	Ordinal	Schiffman dan Kanuk(dalam M. FahmulIlti ham, dan M. Nizar 2020)
		2. Mempertimbangkan untuk membeli	1.2 Saya mmempertimbang 1.3 kan untuk membeli prodak tersebut.		
		3. Tertarik untuk mencoba	1.3 Saya tertarik untuk mencoba membeli.		
		4. Ingin memiliki produk	1.4 Saya ingin memiliki produk tersebut.		
2.	Label Halal	1. Label halal yang menjamin kehalalan produk	2.1 Label halal yang tertera dalam produk pada kehalalan produk tersebut	Ordinal	KhumairotulKhuwarohdkk (2019)
		2. Label halal pada produk mampu mengalahkan persaingan dari produk lain.	2.2 Label halal mampu mengalahkan produk lain yang tidak berlabel halal.		
		3. Label halal yang dimiliki adalah bersifat resmi yaitu LPPOM-MUI	2.3 Label sudah diresmikan dalam Majelis Ulama Islam (MUI).		
3.	Harga	1. Harga terjangkau oleh semua kalangan.	3.1 Harga makanan yang ada di Toko Atik terjangkau di semua kalangan.		KhumairotulKhuwarohdkk (2019)
		2. Harga dengan kualitas sesuai dengan yang	3.2 Makanan Toko Antik memiliki harga yang sesuai		

	ditawarkan	dengan kualitas yang ditawarkan.		
	3. Harga sesuai dengan manfaat	3.3 Harga makanan di Toko Atik sesuai dengan manfaat produk yang akan dibeli.		
	4. Harga dapat bersaing dengan produk lain.	3.4 Harga makanan di Toko Batik dapat bersaing dengan produk lain.		
4. Promosi	1. Menginformasikan (<i>informing</i>)	4.1 Toko Atik melakukan promosi untuk melakukan mempromosikan untuk dijual.	Ordinal	Ary Setyaningrum (2015:223)
	2. Membujuk (<i>persuading</i>)	4.2 Toko Atik melakukan promosi untuk membujuk konsumen.		
	3. Mengingat (<i>reminding</i>)	4.3 Toko Atik melakukan promosi untuk mengingatkan konsumen.		

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memilih data yang terkait dengan pemikiran. Sugiyono (2015:192). Pengukuran data untuk Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli

Makanan Halal Di Indonesia (studi kasus pada konsumen minoritas muslim di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang), dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban pertanyaan daripemilihan. Pemberian skor (ujian ini bergantung pada skala Likert). Skala Likert digunakan untuk mengukur mentalitas, perasaan, dan kesan seseorang atau kumpulan keajaiban sosial.

Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2011:94) sebagai berikut:

Tabel 3.2

Skala *Likert*

No.	Skala Pengukuran	Skor
1.	Sangat setuju/selalu/sangat positif (SS/SI)	5
2.	Setuju/sering positif (ST/SR)	4
3.	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral (RG/KS)	3
4.	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif (TS/TP)	2
5.	Sangat tidak setuju/tidak pernah (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2011:94)

3.7.2 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2012:22) menyatakan bahwa dokumentasi adalah catatan tentang terjadinya suatu peristiwa yang telah berlalu. Dokumen biasanya berbentuk tulisan, gambar karya monumental dari seseorang. Penelitian ini mengumpulkan data dan mencatat dokumen-dokumen yang akan dilakukan dalam bentuk: dokumentasi dalam bentuk arsip, dan dokumentasi berupa foto.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:428) menyatakan bahwa pada teknik analisis merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dengan metode

mengorganisasikan terhadap data tersebut kedalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan selanjutnya membuat kesimpulan dari pemahaman yang secara mudah oleh diri sendiri dan orang lain. Jenis peneliti adalah peneliti memanfaatkan berbagai investigasi kekambuhan langsung. Dalam pemeriksaan kuantitatif, prosedur penyelidikan informasi yang digunakan terbukti bahwa responden dikoordinasikan untuk menjawab rencana atau spekulasi sulit yang telah ditetapkan dalam proposisi.

Sebelum melakukan analisis data dan uji pengaruhnya, maka kuesioner perlu dilakukan dalam uji validitas dan reliabilitas. Analisis selanjutnya akan dilakukan dalam uji pengaruh yang akan menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus berkontribusi normal yang terbebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Penguji Instrumen Penelitian

Pengujian hipotesis sebelum dilakukan, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas yang merupakan suatu asumsi dasar yang harus dipenuhi, bahwa data harus valid dan reliabel agar bisa dilakukan dalam pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Penguji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:455) menyatakan bahwa ketepatan data yang sebenarnya terjadi pada objek pemeriksaan dengan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Informasi yang beragam antara informasi yang diungkapkan oleh analisis dan informasi yang sebenarnya terjadi suatu objek

penelitian. Pengujian validitas dapat dikatakan valid bahwa pada nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Langkah-langkah mengukur validitas adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan uji coba kuesioner dengan meminta 40 responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Jumlah minimal 40 orang ini, distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.
- b. Siapkan tabel tabulasi jawaban
- c. Hitung korelasi antar data masing-masing pertanyaan dengan skor total, menggunakan rumus korelasi *productmoment*.

b. Penguji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan instrumen dihitung dengan cara mengkorelasikan antara data instrumen yang satu dengan data instrumen yang akan dijadikan *equivalent* Sugiyono (2015:190). Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda. Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu berlainan.

Uji reliabilitas merupakan sebuah alat ukur yang memastikan sejauh mana langkah dapat diandalkan dan dipercaya. Data dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari cronbachalpha lebih besar dari 0,6 Rahman (2017:57). Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel. 3.3

Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval AlphaCronbach	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00-0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201-0,40	Agar Reliabel
3.	0,401-0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601-0,80	Reliabel
5.	0,801-1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2015:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang akan dilakukan pada penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang dilakukan pada uji asumsi klasik adalah normalitas data, multikolinieritas data, uji heteroskedastisitas Kurniawan (2014:156)

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan dalam mengetahui variabel dependen dan variabel independen yang memiliki distribusi normal, mendekati atau tidak berdistribusi sama sekali. Hal tersebut dapat diketahui pada penggambaran penyebaran data di grafik. Apabila data tersebut tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonal maka akan dikatakan sebagai regresi yang diasumsikan normal. Umar (2011:181). Uji normalitasresidual yang menggunakan dalam metode grafik yakni, dengan mengamati tersebarnya data sumber diagonal pada grafik *P-P Plot of Regression Standardized Residual*.

b. Penguji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yang akan digunakan dalam mengetahui model regresi ada hubungan antar variabel independen atau tidak. Umar (2011:177). Kurniawan

(2014:157) menjelaskan bahwa terdapat beberapa tolak ukur untuk mengidentifikasi multikolinieritas terhadap suatu model yakni apabila pada nilai *VarianceInflanceFactor* (VIF) dibawah 10 ($VIF < 10$) serta pada nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 maka dinyatakan sebagai model terbebas dari kesalahan dalam pengujian multikolinieritas. Model regresi yang bagus yaitu model regresi yang mempunyai nilai $VIF < 10$, jika hasil $VIF > 10$ menandakan bahwa terjadi multikolinieritas yang serius pada model regresi. Jika nilai tolerance mendekati 1 maka menandakan model bebas, sedangkan jika semakin menjauh 1 maka menandakan model regresi tidak bebas atau terjadi gejala multikolinieritas.

c. Penguji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam melihat ketidaksamaan antar varian residual pengamatan satu dengan lain pada model regresi. Pengamatan satu dengan lain memiliki varian residual tetap yang dinamakan homoskedastistas, apabila varian residualnya berbeda dinamakan heteroskedastistas. Umar (2011:179)

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *Scatter Plot* dengan memplotkan nilai *ZPRED* atau nilai prediksi dengan *SRESID* atau nilai residual. Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola yang tertentu pada grafik, seperti pada mengumpul di tengah menyempit lalu menyebar atau sebaliknya menyebar lalu menyempit. Kurniawan (2014:158).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana dimana yang terdapat persamaan dalam menggunakan alat untuk memprediksi

permintaan dimasa yang akan datang. Berdasarkan dimasa lalu agar mengetahui pengaruh pada satu atau lebih variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Perbedaan pada regresi berganda terdapat pada variabel independen (bebas) yang akan digunakan lebih dari satu untuk mempengaruhi satu variabel dependen (terikat) Siregar (2015:301) Secara umum persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = konstanta

β = Koefisien regresi variabel independen

X₁ = Label Halal

X₂ = Harga

X₃ = Promosi

Analisis regresi berganda ini dapat diketahui variabel yang diantaranya variabel independen yaitu label halal, harga, promosi yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara masing-masing variabel dependen terhadap independen lainnya.

3.8.4 Penguji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda selanjutnya melakukan pengujian hipotesis yang akan digunakan dalam mengetahui apakah terdapat

pengaruh antar variabel independen label halal, harga, promosi terhadap variabel dependen minat beli.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t merupakan skala pengujian yang akan digunakan dalam membuktikan apakah variabel independen dapat secara individu akan berpengaruh variabel dependen. Langkah-langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis antara lain sebagai berikut Siregar (2015:284)

1) Merumuskan Hipotesis

Hipotesis Pertama

H₁ : Berpengaruh Label Halal secara signifikan Terhadap Minat Beli Makanan Halal di Indonesia.

Hipotesis Kedua

H₂ : Berpengaruh Harga secara signifikan Terhadap Minat Beli Makanan Halal di Indonesia.

Hipotesis Ketiga

H₃ : Berpengaruh Promosi secara signifikan Terhadap Minat Beli Makanan Halal di Indonesia.

2) Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Jika $-t \text{ tabel} > t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka Hipotesis diterima

Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka Hipotesis ditolak

4) Menentukan nilai t hitung rumus:

$$t \text{ hitung} = \text{Koefisien } \beta$$

Standarderror

- 5) Menentukan nilai t tabel:

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *t-Student*. Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2 (dua). Rumus $t_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2) (n-2)}$.

- 6) Membuat kesimpulan dengan menentukan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikan.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan dengan mengetahui pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Secara bersama-sama yaitu menggunakan F yang dijelaskan dengan analisis varian (*AnalysisOfVariance*= ANOVA) Agus (2015:19)

Tahapan dalam uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis

H_1 : Berpengaruh Label Halal, Harga, dan Promosi secara signifikan Terhadap Minat Beli Makanan Halal di Indonesia.

- 2) Menentukan taraf signifikan dalam penelitian yang besarnya 0,1 atau $\alpha = 10\%$ dengan derajat kebebasan $(dk) - (n-k-1)$

- 3) F hitung dan F tabel

- a) F hitung dapat dilihat di tabel ANOVA
- b) F tabel dapat dilihat pada tabel statistik

- 4) Adapun kriteria pengujiannya yaitu:

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

- 5) Membuat kesimpulan dengan menentukan hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikan.



3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Koefisien determinasi merupakan nilai digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi antar variabel independen terhadap dependen Kurniawan (2016:45). Koefisien determinasi (R^2) sama dengan koefisien majemuk hampir sama dengan r^2 . R serupa dengan r akan tetapi memiliki perbedaan fungsi (kecuali regresi linier sederhana) pada regresi linier berganda yaitu menggunakan nilai *RSquare* Sanusi (2011:136)

Koefisien determinasi (R^2) pada peneliti ini merupakan untuk mencari besarnya pengaruh antar variabel independen yaitu label halal, harga, promosi terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

