

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan cara yang relevan untuk mencapai tujuannya. Menurut Sugiyono (2017:3) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan serta fungsi tertentu. Secara garis besar penelitian dibedakan menjadi dua metode yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. Perbedaan yang sangat mencolok dari kedua pendekatan tersebut terletak pada tujuan atau target penelitiannya. Dalam penelitian kualitatif, fokus penelitian adalah mencapai tujuan melalui pengujian teoritis dan bersifat deskriptif, sedangkan dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, arah dan fokus penelitian adalah membuat teori dari fenomena berdasarkan data atau fakta yang ada. Menurut Siyoto & Sodik (2015:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data. Penelitian kuantitatif cenderung menggunakan data berupa angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian metode kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode pengukuran data menggunakan angka-angka untuk mencapai tujuannya. Sedangkan, penelitian metode kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode yang bersifat deskriptif untuk menjelaskan suatu fenomena.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional, artinya studi tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Secara keseluruhan penelitian ini membutuhkan data variabel itu sendiri, sehingga penelitian ini membutuhkan kegiatan pengumpulan data. Berdasarkan data yang terkumpul dapat ditarik kesimpulan hubungan antar variabel (X dan Y) yang ada.

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah tema atau pokok permasalahan yang ada dalam penelitian, objek penelitian dapat berupa orang, organisasi, barang atau benda dan sebagainya. Objek dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang dipakai yaitu Labelisasi Halal (X_1), Citra Merek (X_2) dan *Islamic Branding* (X_3). Sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y). Jadi, Objek yang ada didalam penelitian ini berfokus terhadap Labelisasi Halal, Citra Merek, dan *Islamic Branding* terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) santri dan yang menjadi titik fokus objek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli di Toko Basmallah Tempeh Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Dimana data primer merupakan jenis data yang memberikan data langsung ke pengumpul data. Menurut Indriantoro & Supomo (2014:146) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dalam suatu penelitian diperoleh langsung darisumbernya (responden) dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain-lain. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengisian kuesioner oleh responden yaitu. Konsumen yang pernah membeli air minum dalam kemasan (AMDK) Santri di Toko Basmallah Tempeh Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data semacam ini sudah dikumpulkan pihak lain untuk tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik (Suryani & Hendryadi, 2015:171).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori-teori tentang labelisasi halal, citra merek, *Islamic branding*, dan keputusan pembelian dari buku-buku, jurnal-jurnal, dan media internet yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan sesuai dengan penelitian yang dikaji. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data eksternal. Menurut Paramita & Rizal (2018:72) data eksternal yaitu data yang bersumber dari eksternal organisasi atau perusahaan. Jadi, sumber data eksternal merupakan data yang didapatkan atau bersumber dari luar perusahaan atau organisasi terkait. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari penelitian-penelitian terdahulu dalam bentuk artikel maupun jurnal dan lain-lain yang ada kaitannya dengan penelitian yang dilakukan.

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah total subjek yang akan diteliti peneliti. Populasi yaitu wilayah umum yang tersusun dari: subyek atau obyek yang memiliki ciri dan kualitas khusus yang diaplikasikan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2014:80). Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah konsumen yang pernah membeli atau mengkonsumsi air minum dalam kemasan santri. Konsumen disini yang dimaksud adalah para santri yang berada di pondok pesantren yang dimana santrinya berjumlah 60 santri yang pernah mengkonsumsi air minum dalam kemasan (AMDK) santri.

3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:120). Adapun sampel yang diambil dari populasi harus benar – benar representatif (mewakili).

Menurut Sugiyono (2015:121) teknik sampling adalah suatu cara yang digunakan untuk mengambil sampel, dalam pengambilan sampel terdapat dua teknik yang dapat digunakan yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Non probability sampling* adalah suatu metode pengambilan sampel yang tidak mendapatkan peluang maupun kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015:125).

Purposive sampling adalah suatu metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015:126). Pertimbangan penentuan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi air minum dalam kemasan (AMDK) santri di Toko Basmallah Tempeh Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang.

Teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini adalah Teknik Slovin. Siregar (2015:34). Adapun kriteria responden yang cocok sebagai sumber data yaitu :

- a. Konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi Aquo santri. Konsumen yang dimaksud yaitu konsumen di daerah Tempeh Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang

b. Bisa diajak kerja sama, artinya responden dapat diajak kerja sama tanpa paksaan.

Penentuan metode ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode *slovin*. Menurut Siregar (2015:34) adapun rumus dari teknik *slovin* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

$$n = \frac{145}{1 + 145 (0,1)^2}$$

$$= \frac{145}{1 + 1,45} = 59,18 = 60$$

Jadi, teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran atau jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik atau metode *slovin*, dengan hasil berjumlah 80 responden atau sampel.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian bermakna apapun yang bisa diberi beberapa tipe nilai yang ditentukan oleh peneliti untuk diamati dan dipelajari dengan maksud untuk mendapatkan informasi terkait hal tersebut, untuk kemudian

diambilkesimpulannya (Sugiyono, 2014:38). Berikut ini beberapa variabel yang digunakandalam penelitian ini, antara lain:

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas umumnya dikenal dengan nama lain yaitu variabel independenmaupun variabel stimulus ini memiliki makna sebagai variabel yang menjadisebab adanya perubahan atau munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2014:39).Variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Labelisasi Halal (X_1).
- 2) Citra Merek (X_2).
- 3) *Islamic Branding* (X_3).

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat ini umumnya dikenal dengan nama lain variabel *output*, *konsekuen* maupun kriteria. Variabel ini bermakna sebagai variabel yang menjadidampak atau menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas (Sugiyono, 2014:39).Variabel terikat disebut juga sebagai bentuk variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.Variabel dependen yang dipakai dalam penelitian iniyaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yangmenjelaskan tentang konsep-konsep yang hendak diteliti dengan menggunakanpemahaman sang peneliti secara singkat, jelas, dan tegas. Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan di atas,

dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut:

- a. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal
- b. Citra merek adalah merupakan salah satu hal yang diingat didalam benak konsumen pada saat membeli suatu produk merek tertentu
- c. *Islamic branding* adalah sebagai penggunaan nama-nama yang berkaitan dengan Islam yang mengikuti prinsip-prinsip syariah islam dalam menunjukkan identitas halal untuk sebuah produk.
- d. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen terhadap proses dan metode perilaku pembelian serta pertimbangan faktor-faktor lain seperti apa yang harus dibeli, kapan harus membeli dan di mana membeli produk tersebut.

3.5.3. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah hasil pengembangan variabel yang memiliki beberapa indikator sebagai dasar pengukuran. Indikator-indikator dalam penelitian ini meliputi:

a. Variabel Independen (X)

1). Labelisasi halal

Untuk mengukur variable labelisasi halal, Menurut Widoyokp (2012):

a) Sertifikat Halal

- b) Bahan Baku
- c) Mengetahui Label Resmi

Berdasarkan indikator labelisasi halal, maka penulis dapat menyusun kuesioner dan skala pengukuran sebagai berikut:

- a) Dengan adanya sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI saya tidak ragu untuk membeli air minum santri.
- b) Saya lebih memilih produk air minum santri karena sudah mengetahui bahwa label halal sudah tercantum resmi.
- c) Dengan adanya yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI saya akan bahwa pembuatan makanan atau minuman tersebut halal.

2) Citra Merek

Menurut Biels dalam Xian (2011:2) citra merek memiliki tiga komponen yaitu :

- a) Citra Perusahaan (*corporate image*)
- b) Citra Konsumen (*consumers image*),
- c) Citra Produk (*product image*)

Berdasarkan indikator citra merek, maka penulis dapat menyusun kuesioner dan skala pengukuran sebagai berikut:

- a) Saya membeli air minum santri karena sudah dikenal dengan citra yang baik oleh kalangan masyarakat.
- b) Saya selalu membeli air minum santri meskipun banyak merek lainnya karena banyak masyarakat yang menyukainya.

- c) Bentuk kemasan air minum santri cukup menarik terdapat tulisan yang dimana tulisan tersebut melambangkan sebuah pondok pesantren.

3) *Islamic Branding*

Indikator variabel independen *islamic branding* diklasifikasikan dalam tiga bentuk (Baker: 2010):

- a) *Islamic brand by compliance*
- b) *Islamic brand by origin*
- c) *Islamic brand by customer*

Berdasarkan indikator *islamic branding*, maka penulis dapat menyusun kuesioner dan skala pengukuran sebagai berikut:

- a) Saya lebih memilih air minum santri karena air minum santri adalah merek islamic yang berarti suci atau bersih yang dimana semua orang pasti ingin mengonsumsi air yang bersih.
- b) Saya menyadari bahwa air minum santri sangat saya sukai karena air minum santri lebih menonjolkan akan kepatuhan sebagai seorang beragama islam.
- c) Saya menyadari bahwa air minum santri sangat saya sukai karena mereka memberi merek islam karena supaya kita ingat bahwa islam adalah satu – satunya agama kita.

4). Keputusan Pembelian

Indikator keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini menurut Kotler dan Armstrong (dalam Priansa 2017:481) antara lain:

- a) Pilihan produk
- b) Pilihan merek
- c) Pilihan aluran pembelian
- d) Waktu pembelian
- e) Jumlah pembelian.

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian tersebut, maka dapat disusun kuesioner sebagai berikut

- a) Saya yakin bahwa air minum santri adalah satu – satunya produk air minum yang saya sukai dibandingkan dengan produk lain nya.
- b) Saya sangat tertarik dengan air minum santri dan akan membelinya secara ulang.
- c) Saya tertarik dengan air minum santri karena dari pelanggan lain bahwa air minum santri harganya murah dan juga bersih.

3.6. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015:178) instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang dipakai untuk mengukur keadaan alam atau sosial yang diteliti, sehingga variabel dapat dinyatakan sebagai variabel penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan ada 4, yaitu :

- a. Instrumen untuk mengukur labelisasi halal
- b. Instrumen untuk mengukur citra merek
- c. Instrumen untuk mengukur *islamic branding*
- d. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian.

Menurut Sugiyono (2015:167) skala pengukuran adalah kemufakatan yang digunakan untuk acuan dalam memastikan panjang pendeknya interval alat ukur, dari alat ukur yang telah disiapkan maka akan mengeluarkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *ordinal*. Skala *ordinal* digunakan untuk memberikan keterangan berupa informasi nilai pada jawaban. Variabel penelitian diukur menggunakan instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala *likert*. Menurut Sugiyono (2015:168) skala *likert* merupakan skala pengukuran yang dipakai dalam mengukur sikap, pendapat serta persepsi individu mengenai keadaan sosial yang sudah ditetapkan secara spesifik sehingga dapat disebut dengan variabel penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dapat ditentukan bahwa tabel instrumen yang diperoleh dari pengumpulan data meliputi variabel, indikator, butir pernyataan, skala pengukuran dan sumber, dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1.
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
Labelisasi halal (X_1)	Sertifikat Halal	Dengan adanya sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI saya tidak ragu untuk membeli air minum santri.	Ordinal	Wdoyoko (2012)
	Bahan Baku	Saya lebih memilih produk air minum santri karena sudah mengetahui bahwa label halal sudah tercantum resmi.		

	Mengetahui Label Resmi	Dengan adanya yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI saya akan bahwa pembuatan makanan atau minuman tersebut halal.		
CitraMerek (X ₂)	Citra Perusahaan (<i>corporate image</i>)	Saya membeli air minum santri karena sudah dikenal dengan citra yang baik oleh kalangan masyarakat.	Ordinal	Biels Xian (2011:2)
	Citra Konsumen (<i>consumers image</i>),	Saya selalu membeli air minum santri meskipun banyak merek lainya karena banyak masarakat yang menyukainya.		
	Citra Produk (<i>product image</i>)	Bentuk kemasan air minum santri cukup meanrik terdapat tulisan yang dimana tulisan tersebut melambangkan sebuah pondok pesantren.		
Islamic branding (X ₃)	Islamic brand by <i>compliance</i>	Saya lebih memilih air minum santri karena air minum santri adalah merek islamic ang berarti suci atau bersi ang dimana semua orang pasti ingin mengonsumsi air yang bersi. islam.	Ordinal	Baker(2010)
	Islamic brand by <i>origin</i>	Saya menyadari bahwa air minum santri sangat saya sukai karena air		

minum santri lebih menonjolkan akan kepatuhan sebagai seorang beragama islam.

	<i>Islamic brand by customer</i>	Saya menyadari bahwa air minum santri sangat saya sukai karena mereka memberi merek islam karena suapaya kita ingat bahwa islam adalah satu – satunya agama kita		
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan produk	Saya yakin bahwa air minum santri adalah satu – satunya produk air minum yang saya sukai dibandingkan dengan produk lainnya.	Ordinal	Kotler dan Armstrong (dalam Priansa, 2017:481)
	Pilihan merek	Saya sangat tertarik dengan air minum santri dan akan membelinya secara ulang.		
	Pilihan aluran pembelian	Saya tertarik dengan air minum santri karena dari pelanggan lain bahwa air minum santri harganya murah dan juga bersi.		
	jumlah pembelian			

3.7. Metode Pengumpulan Data

3.7.1. Kuesioner

Kuesioner adalah cara yang dilakukan dalam mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pernyataan maupun pertanyaan berupa tulisan terhadap responden agar dijawab (Sugiyono, 2015:230). Kuesioner disebar kepada konsumen di toko basmallah yang pernah membeli atau mengonsumsi air minum dalam kemasan santri. Dengan tujuan untuk memperoleh bahan atau data yang nantinya akan digunakan didalam penelitian. Data-data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner terhadap 80 responden, dapat membuat peneliti mengetahui pengaruh labelisasi halal, citra merek dan *islamic branding* Terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) santri di toko basmallah kecamatan sumbersuko kabupaten lumajang. Pengukuran data mengenai variabel labelisasi halal, citra merek dan *islamic branding* terhadap keputusan pembelian dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pernyataan yang dicantumkan di kuesioner tersebut. Skor yang diberikan pada penelitian ini menggunakan skala pengukuran ordinal atau *likert*.

Menurut Sugiyono (2015:136) menyatakan bahwa bentuk-bentuk skor dalam skala ordinal berdasarkan skala *likert* antara lain :

- | | |
|---|---|
| a. Sangat setuju atau sangat positif (SS / SP) dengan skor | 5 |
| b. Setuju atau positif (ST / PS) dengan skor | 4 |
| c. Ragu – ragu atau netral (RG / NT) dengan skor | 3 |
| d. Tidak Setuju atau negatif (TS / NG) dengan skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju atau sangat negatif (STS / SN) dengan skor | 1 |

3.7.2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian yang biasanya berupa buku-buku, referensi yang relevan, jurnal dan lain sebagainya. Studi pustaka yang menjadi acuan dasar dalam penelitian ini yaitu buku-buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang ada dalam penelitian. Adapun buku-buku atau literatur yang digunakan berupa beberapa teori yang dikutip atau dinyatakan oleh para ahli yang didapatkan melalui jurnal, buku-buku dan artikel (data) internet.

3.8. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu suatu aktivitas menghimpun berdasarkan jenis responden serta variabel, melakukan tabulasi data dengan berpedoman pada variabel dari semua responden, menyajikan data dari variabel, menghitung data tersebut dengan maksud untuk mencari jawaban terhadap rumusan masalah, serta untuk menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2013:76). Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut Bahri (2018:195) Analisis regresi linier berganda yaitu analisis yang menghubungkan antara dua atau lebih variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Analisis ini bertujuan untuk menilai berapa besar keterkaitan dua atau lebih variabel.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan program SPSS. Mengenai metode data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

3.8.1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Instrumen penelitian yaitu suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuisisioner yang digunakan untuk memperoleh data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuisisioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis ke tahap berikutnya (Sanusi, 2011:67).

Menurut Riduwan (2018:109) Validitas merupakan tolak ukur yang membuktikan ketepatan atau keandalan sebuah alat ukur, dalam menguji validitas terhadap alat ukur yang digunakan maka terlebih dahulu menentukan korelasi antara elemen alat ukur secara menyeluruh, yaitu mengkorelasikan elemen alat ukur dengan skor total. Analisa faktor dapat dilakukan dengan mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Apabila korelasi pada setiap faktornya positif dan besarnya adalah 0,3 ke atas maka faktor tersebut adalah *constructy* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total nilainya dibawah 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012:178).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Yuandari & Rahman, 2015:57). Saat subjek yang sama diukur ulang pada waktu yang berbeda. Kuisisioner dapat dilakukan jika kuisisioner tersebut stabil dan dapat diandalkan,

sehingga meskipun digunakan berulang kali akan menghasilkan hasil yang serupa dan dapat diprediksi atau diramalkan. Menurut Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Mendekati Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33)

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Terdapat tiga jenis pengujian asumsi klasik yang harus dilakukan dalam model regresi linier berganda yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Bahri (2018:162) uji normalitas yaitu pengujian distribusi data yang akan dianalisis, dengan maksud untuk melihat apakah penyebarannya berada di bawah kurva normal atau tidak. Distribusi normal merupakan distribusi yang berbentuk menyerupai lonceng serta simetris. Uji normalitas data pada penelitian ini menggunakan Probability Plot (PP-Plot) dengan kriteria titik residual harus terletak mendekati atau mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pendapat Kurniawan (2014:102) menyatakan bahwa uji multikolinearitas yaitu syarat seluruh uji hipotesis regresi atau kausalitas. Multikolinieritas dapat ditentukan dengan mengukur koefisien korelasi berganda dan membandingkannya dengan variabel bebas atau koefisien korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas digunakan untuk memahami kesalahan standar estimasi model dalam penelitian

(Kurniawan, 2014:157) menyatakan bahwa terdapat beberapa tolak ukur untuk mengidentifikasi multikolinearitas terhadap suatu model yakni sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah 10 ($VIF < 10$) serta nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka dapat dinyatakan bahwa model terbebas dari kesalahan dalam pengujian multikolinearitas. Model regresi yang bagus yakni model regresi yang mempunyai nilai $VIF < 10$, jika hasil $VIF > 10$ maka menandakan bahwa terjadi multikolinearitas yang serius pada model regresi. Jika nilai *tolerance* mendekati 1 maka menandakan model terbebas dari multikolinearitas, sedangkan jika semakin menjauhi 1 maka menandakan model regresi tidak terbebas multikolinearitas atau terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai koefisien korelasi antar tiap-tiap variabel bebas lebih kecil dari 0,70, maka model dapat dinyatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika nilai lebih besar dari 0,70 maka dianggap terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel bebas sehingga terbentuk multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Bahri (2018:162-168) menyatakan bahwa heteroskedastisitas yakni varianresidual yang tidak ada persamaan terhadap seluruh pengamatan di dalam modelregresi. Suatu regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas.Salah satu metode yang dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknyaheteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan metode grafik *scatterplots* dengankriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu misalkan terdapat titik-titik yang adamenggambaran suatu pola tertentu (bergelombang, melebar, selanjutnyamenyempit) maka dinyatakan hal tersebut terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila titik-titik membentuk pola yang tersebar di atas serta di bawah angka0 pada sumbu Y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah metode pembentukan persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat prediksi atau perkiraan.Oleh karena itu, analisis regresi biasanya disebut analisis prediktif.Oleh karena itu, prediksi ini tidak selalu sesuai dengan nilai sebenarnya.Dalam hal ini, ketika tingkat penyimpangan antara nilai prediksi menjadi lebih kecil dengan nilai aktualnya, maka persamaan regresi dapat dibentuk dengan lebih akurat dan tepat.Persamaan regresi linier berganda yakni sebagai berikut :

$$KP = a + b_1EI + b_2KLP + b_3BI + e$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

a = Koefisien Konstanta

b = Koefisien Regresi Variabel Independen

LB = Labelisasi Halal

CM = Citra Merek

BI = *Islamic Branding*

e = Error

3.8.4. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji analisis regresi linier, selanjutnya dilakukannya pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis merupakan komponen penting dalam suatu penelitian. Oleh sebab itu, peneliti harus memilih dan menentukan sampel, mengevaluasi instrumen, desain dan mengikuti langkah-langkah yang merujuk dalam pencarian data yang dibutuhkan.

Berikut merupakan jenis pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Uji t (Uji Parsial)

Salah satu jenis pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji t (uji parsial). Uji t digunakan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Terdapat

dua hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu hipotesis nol (H_0) serta hipotesis alternatif (H_a). Menurut Widarjono (2015:22) hipotesis nol ini diartikan benar hingga kemudian dapat dibuktikan salah dengan dasar data sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternatif kebalikan dari hipotesis nol yaitu diartikan salah hingga kemudian dapat dibuktikan benar dengan dasar data sampel yang ada. Ketika hipotesis nol terbukti salah, maka hipotesis alternatif harus benar.

Menurut Prayitno (2018:121) menyatakan bahwa langkah-langkah dalam Uji t (Uji Parsial) yaitu sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif.

Hipotesis pertama :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh labelisasi halal yang signifikan terhadap keputusan pembelian Air minum dalam kemasan santri di Toko Basmallah Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh labelisasi halal yang signifikan terhadap keputusan pembelian Air minum dalam kemasan santri di Toko Basmallah Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang.

Hipotesis kedua :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh Citra merek yang signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) santri di Toko Basmallah Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh Citra merek yang signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) santri di Toko Basmallah Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang.

Hipotesis ketiga :

Ho : Tidak terdapat pengaruh islamic branding yang signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) santri di Toko Basmallah Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh islamic branding yang signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) santri di Toko Basmallah Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang.

Menentukan thitung dan memastikan besarnya tingkat signifikansi α .

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi α sebesar 5% atau 0,05.

Sedangkan besarnya thitung dapat diketahui dari thitung output SPSS.

Menentukan besarnya t_{tabel} . Tabel dapat dicari dengan mengamati tabel statistik pada tingkat signifikansi α sebesar 0,05 serta derajat kebebasan $df = n - k$ dengan menggunakan uji 2sisi. (n yaitu jumlah data dan k yaitu jumlah variabel independen dan dependen).

Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut: Apabila $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima yang berarti Haditolak serta tidak ada pengaruh. Apabila $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau maka H_0 ditolak yang bermakna H_a diterima serta terdapat pengaruh.

Membuat kesimpulan dari perbandingan thitung dengan tabel dan berdasarkan signifikan dengan kriteria yang telah ditetapkan.

b. Uji F (Kelayakan Model)

Menurut Ferdinand (2014:239) uji model dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan model mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis atau uji f digunakan untuk melihat apakah model regresi yang ada layak atau tidak, layak artinya model regresi yang ada dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh labelisasi halal , citra merek dan islamic branding terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada regresi dengan membandingkan mean square dari regression dan mean square dari residual, sehingga diperoleh hasil yang disebut Fhitung.

$$F = (\text{MS Regression}) / (\text{MS Residual})$$

Kriteriapengukuran yang digunakan :

- 1) Jika nilai Fhitung > Ftabel, berarti ada pengaruh signifikan dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai Fhitung < Ftabel, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.8.5 Koefisien determinasi (R²)

Menurut Bahri (2018:192) koefisien determinasi (R²) yaitu perbandingan pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ini dapat diketahui dengan R-Square atau Adjusted R Square sebagai tolak ukurnya. R-Square umumnya dipakai pada penelitian dengan satu variabel bebas (regresi linear sederhana), sedangkan Adjusted R-Square digunakan pada

variabel bebas lebih dari satu (regresi linear berganda). Dengan koefisien determinasi (R^2) akan dapat diperoleh nilai yang bermanfaat untuk mengevaluasi dan mengukur seberapa besar bantuan dari beberapa variabel independen (X) terhadap naik turunnya variabel dependen (Y) yang umumnya dinyatakan dalam bentuk presentase (%) dengan kisaran antara 0-100%. Semakin mendekati nilai R^2 terhadap 100% Artinya variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, dan model dianggap lebih akurat dan tepat.

