

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian atau desain penelitian adalah keseluruhan prosedur perencanaan dan pelaksanaan penelitian yang meliputi prosedur pengumpulan data dan analisis data penelitian yang telah ditentukan dalam pelaksanaan penelitian.

Peneliti menyusun rancangan penelitian yang sesuai dengan jenis penelitian dan tujuan penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian dan sifat permasalahan yang akan diteliti, maka penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan assosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2013:11), “Penelitian assosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih”. Hubungan kausal adalah hubungan sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini dengan penelitian kuantitatif mencari hubungan assosiatif yang bersifat kausal, ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi).

Menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari dua variabel persepsi labelisasi halal dan harga terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian konsumen, dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan teknik tersebut akan diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh yang secara parsial dan simultan antara variabel independen (X) yaitu persepsi labelisasi halal (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian produk pop mie (studi kasus pada Obyek Wisata Joyokarto).

1.2 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah Obyek Wisata Joyokarto, dengan pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi di obyek wisata Joyokarto adalah:

- a. Mie instan merupakan makanan cepat saji yang sangat populer dikalangan masyarakat.
- b. Mie instan menjadi kebutuhan sekunder bagi masyarakat terutama pada wisata Joyokarto.

Obyek penelitiannya persepsi labelisasi halal (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

1.3 Sumber dan Jenis Data

1.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal, yaitu:

“Data internal adalah data sekunder yang didapat dari internal objek penelitian atau data yang dikumpulkan dari dalam satu perusahaan yang dijadikan objek penelitian” (Sunyoto, 2011:23).

Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari obyek wisata Joyokarto berupa data jumlah pengunjung, dasar hukum pendirian dan surat perijinan.

1.3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

1) Data Primer

“Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus”. (Istijanto 2006 dalam Sunyoto, 2011:22). Data primer diperoleh langsung dari sumbernya, sehingga peneliti menjadi tangan pertama yang memperoleh data tersebut.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pengunjung yang datang ke obyek wisata Joyokarto dan hasil wawancara dengan pengelola obyek wisata Joyokarto.

2) Data Sekunder

“Data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan menggunakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian atau dapat dilakukan dengan menggunakan data dari Biro Pusat Statistik (BPS)”. (Sunyoto, 2011:23)

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari arsip dan dokumen lain yang berasal dari obyek wisata Joyokarto.

1.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1.4.1 Populasi

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2013:90).

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua pengunjung yang datang di obyek wisata Joyokarto pada periode Januari 2016 – Desember 2016, sebanyak kurang lebih 24.000 pengunjung.

1.4.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2013:91) menyatakan bahwa, “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang di obyek wisata Joyokarto. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Sugiyono (2015:151-152) menyatakan bahwa “*Simple Random Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015:164), sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis regresi dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 3 = 30$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 30.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen

dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil sebesar = 45 anggota sampel.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Wawancara

“Wawancara adalah teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberikan tugas melakukan pengumpulan data) dalam pengumpulan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai”. (Sugiono, 2015:224).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik dan pengunjung yang datang pada obyek wisata Joyokarto.

3.5.2 Observasi

Menurut Sunyoto (2011:23), Observasi adalah suatu metode yang digunakan oleh peneliti dengan cara pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilaksanakan perusahaan”.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati langsung obyek penelitian yaitu dengan mengamati persepsi labelisasi halal, harga dan keputusan pembelian produk pop mie pada pengunjung obyek wisata Joyokarto.

5.5.3 Kuesioner

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2013:162).

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pengunjung yang datang pada obyek wisata Joyokarto. Dengan menyebarkan

kuesioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang pengaruh persepsi labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk pop mie pada obyek wisata Joyokarto.

Pengukuran data untuk variabel persepsi labelisasi halal dan harga terhadap variabel keputusan pembelian produk pop mie, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2013:108), sebagai berikut:

- | | |
|--|---|
| a. Sangat setuju/selalu/sangat positif (SS/SL) diberi skor | 5 |
| b. Setuju/sering/positif (ST/SR) diberi skor | 4 |
| c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral (RR/KS) diberi skor | 3 |
| d. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative (TS/TP) diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju/tidak pernah (STS) diberi skor | 1 |

3.5.4 Dokumentasi

“Dokumen merupakan alat bukti tentang peristiwa atau momen atau kegiatan yang telah lalu, yang mungkin dihasilkan sebuah informasi, fakta dan data yang diinginkan dalam penelitian, baik itu catatan, foto, rekaman video maupun yang lainnya” (Ibrahim, 2015:93).

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-*copy* dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

3.5.5 Studi Pustaka

Menurut Afrizal (2016:122-123) menyatakan bahwa, “Studi pustaka merupakan bagian dari sebuah proposal penelitian yang berisikan informasi-informasi yang diperoleh dari jurnal, buku dan kertas kerja (*working paper*)”. Ada beberapa tujuan menulias studi pustaka dalam sebuah proposal penelitian, yaitu:

- a. Menginformasikan kepada diri peneliti sendiri dan pada pembaca hasil-hasil studi yang berkaitan erat dengan topik penelitiannya. Ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa peneliti mengikuti perkembangan wacana tentang topik yang akan diteliti.
- b. Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan studi-studi yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini berguna bagi peneliti untuk menjelaskan kedudukan penelitiannya dalam kajian yang sama.
- c. Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan topik yang lebih luas yang sedang dibicarakan. Bagian ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa kajian ini bagian dari topik yang lebih besar yang merupakan bagian dari wacana disiplinya atau persoalan yang lebih luas, dan demikian topik penelitiannya merupakan sebuah ilustrasi dari topik yang besar tersebut.
- d. Menyediakan kerangka atau bingkai untuk penelitian. Dalam melakukan penelitian, para peneliti memerlukan alat-alat analisis. Alat-alat analisis tersebut berupa konsep, klasifikasi dan teori untuk menganalisis data. Dia juga memerlukan arahan mengenai informasi apa yang akan dikumpulkan dalam penelitian. Semua ini memerlukan studi pustaka dan isi studi pustaka perlu mencakup hal-hal tersebut.

Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, berupa teori-teori yang dikemukakan para ahli yang berhubungan dengan penelitian diperoleh dari: buku, jurnal, skripsi, dan internet.

1.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Identifikasi Variabel

“Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. (Sugiyono, 2015:95).

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel terdiri dari 2 (dua) variabel independen yaitu persepsi labelisasi halal dan harga dengan 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

1.6.1.1 Variabel Independen

“Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabe bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)” (Sugiyono, 2013:39). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah persepsi labelisasi halal (X_1) dan harga (X_2).

3.6.1.2 Variabel Dependen

“Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasan Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya varibel bebas” (Sugiyono, 2013:40). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

1.6.2 Definisi Konseptual Variabel

3.6.2.1 Variabel Independen

a. Persepsi labelisasi halal (X_1)

Persepsi labelisasi halal menurut perspektif produsen label “halal” memiliki makna “Penandaan atau Informasi”, artinya bahwa produk yang dihasilkan oleh industri memiliki segmen dasar yang luas, yang memungkinkan semua konsumen dari berbagai lapisan dan agama dapat mengkonsumsinya dengan tidak ada

keraguan terhadap produk yang dihasilkan oleh produsen, terutama konsumen muslim (Muhammad dan Elmi, 2009:49).

b. Harga (X_2)

Menurut Buchari Alma (2011), “Harga (*price*) merupakan nilai pertukaran atas manfaat produk (bagi konsumen maupun bagi produsen) yang umumnya dinyatakan dalam satuan moneter(rupiah, dolar, yen, peso, rupe dll)”.

1.6.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Menurut Puspita sari (2008:11), “Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk yang telah diyakini untuk memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkan”.

3.6.3 Definisi Operasional Variabel

3.6.3.1 Variabel Independen

a. Persepsi labelisasi Halal (X_1)

Definisi operasional variabel independen persepsi labelisasi halal dalam penelitian ini adalah persepsi pengunjung terhadap produk yang mencantumkan labelisasi halal yang dijual pada obyek wisata Joyokarto. Indikator dari variabel independen pangan halal dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Keamanan (*Safety*)
- 2) Nilai Kegunaan (*Religious value*)
- 3) Kesehatan (*Health*)
- 4) Kekhususan (*Exclusivity*)

Berdasarkan indikator tentang pangan halal tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

1) Keamanan (*Safety*)

- Saya lebih memilih produk makanan yang memiliki label halal.
- Saya lebih memilih produk makanan halal di manapun saya pergi.

2) Nilai Kegunaan (*Religious value*)

- Produk makanan halal sesuai dengan nilai keagamaan saya.
- Produk makanan halal menghindarkan saya dari produk yang haram menurut agama.

3) Kesehatan (*Health*)

- Produk makanan halal dapat menjaga kesehatan saya dalam kendali diri saya sendiri.
- Produk makanan halal adalah cara yang tepat untuk memenuhi asupan harian yang direkomendasikan.

4) Kekhususan (*Exclusivity*)

- Produk makanan halal seharusnya mendapatkan perlakuan khusus dan keberadaannya harus dipisah dari produk non halal.
- Pemisahan produk makanan halal dari produk makanan non halal dapat mencegah kesalahan dalam pembelian yang dilakukan oleh konsumen Muslim.

b. Harga (X_2)

Definisi operasional variabel independen harga dalam penelitian ini adalah persepsi pengunjung terhadap produk yang mencantumkan labelisasi halal yang dijual pada obyek wisata Joyokarto. Indikator dari variabel independen harga

dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut (Stanton 1998 dalam Muhammad Yusuf 2011:27):

- 1) Kesesuaian harga dengan manfaat
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Keterjangkauan harga

Berdasarkan indikator tentang harga tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian harga dengan manfaat
 - Harga pop mie sesuai dengan manfaat yang dirasakan.
 - Harga pop mie memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - Harga pop mie sesuai dengan kualitas produk.
 - Harga pop mie sesuai dengan kepuasan yang diinginkan.
- 3) Daya saing harga
 - Harga pop mie lebih murah dibanding dengan produk lain.
 - Harga pop mie bervariasi dan ekonomis sesuai dengan ukuran produk.
- 4) Keterjangkauan harga
 - Harga pop mie terjangkau.
 - Harga pop mie bervariasi sesuai dengan ukuran.

3.6.3.2 Variabel Dependen

Definisi operasional variabel dependen keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah persepsi pengunjung terhadap produk yang mencantumkan labelisasi halal yang dijual pada obyek wisata Joyokarto. Indikator dari variabel dependen

keputusan pembelian dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut Kotler dan Keller (2007:235):

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku pasca pembelian

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Pengenalan masalah
 - Saya membeli pop mie karena adanya kebutuhan. Kebutuhan saya akan produk pop mie sangat tinggi.
- 2) Pencarian informasi
 - Saya mencari informasi tentang pop mie sebelum memutuskan untuk membeli. Saya mengevaluasi beberapa pilihan produk mie instan yang ada.
- 3) Evaluasi alternatif
 - Saya memutuskan untuk membeli pop mie setelah membandingkan dengan mie instan dalam kemasan cup yang lain.
- 4) Keputusan pembelian
 - Saya yakin akan keputusan saya membeli pop mie karena sudah teruji kehalalannya menurut BPOM.
- 5) Perilaku pasca pembelian
 - Saya akan melakukan pembelian pop mie terus menerus atau berulang-ulang.

3.7 Instrumen Penelitian

“Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian” (Sugiyono, 2013:119).

Dalam penelitian ini ada tiga instrumen, yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur persepsi labelisasi halal
- b. Instrumen untuk mengukur harga
- c. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

“Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif” (Sugiyono, 2013:105).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Menurut (Singgih, 2000 dalam Sunyoto 2011:48), “Skala ordinal merupakan skala yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi, tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan”. Atau dapat diartikan pemberian klasifikasi atau urutan terhadap terhadap objek yang diukur.

Dalam penelitian ini pembuatan instrumen penelitian pengumpulan data dari variabel dimensi, indikator dan nomer item pernyataan yang disatukan pada tabel:

Tabel 3.1

Variabel, Indikator, Item, Skala Pengukuran dan Sumber

No.	Variabel	Indikator	Item		Skala Pengukuran	Sumber
1.	Persepsi labelisasi halal (X1)	Keamanan (<i>Safety</i>)	1.	Produk makanan halal aman bagi konsumen muslim.	Ordinal	(Jagdish Sheth 1999 dalam Maya Anggraeni, 2016:21)
		Nilai Kegunaan (<i>Religious value</i>)	2.	Produk makanan halal memiliki manfaat bagi nilai keagamaan.		
		Kesehatan (<i>Health</i>)	3.	Produk makanan halal memiliki manfaat kesehatan bagi tubuh.		
		Kekhususan (<i>Exclusivity</i>)	4.	Produk halal dan non halal harus dipisahkan secara khusus agar tidak mengalami kesalahan		
2.	Harga (X2)	Kesesuaian harga dengan manfaat	1.	Harga produk yang ditawarkan bervariasi pada ukuran kemasan yang sesuai dengan manfaatnya	Ordinal	Muhamma d Yusuf (2011:27)
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2.	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapat		
		Harga mampu bersaing	3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk yang lain		
		Keterjangkauan harga	4.	Harga produk yang ditawarkan cukup terjangkau		
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan masalah	1.	Pengunjung obyek wisata Joyokarto melakukan pembelian produk pop mie sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	Kotler dan Keller (2007:234)
		Pencarian informasi	2.	Pengunjung obyek wisata Joyokarto melakukan pembelian produk pop mie melalui informasi yang didapat pada kemasan		
		Evaluasi alternatif	3.	Pengunjung obyek wisata Joyokarto melakukan evaluasi alternatif dari berbagai produk yang ada		
		Keputusan pembelian	4.	Pengunjung obyek wisata Joyokarto melakukan keputusan pembelian setelah melalui beberapa evaluasi alternatif produk		
		Perilaku pasca pembelian	5.	Pengunjung obyek wisata Joyokarto akan melakukan pembelian ulang produk pop mie setelah merasa puas		

Sumber data: Hasil Variabel, Indikator, Item, Skala Pengukuran dan Sumber

3.8 Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono (2013:169), Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan assosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini. Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum pengujian hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

3.8.1.1 Pengujian Validitas

“Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat” (Sunyoto, 2011:68).

Pengujian validitas penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkolerasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* (Lupiyoadi dan Ridho, 2015:39) sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara butir dengan jumlah skor

n = Banyaknya sampel/responden

X = Skor butir

Y = Jumlah skor

Menurut Sugiyono (2015:208-209), analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

3.8.1.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Fuad Mas'ud (2004:69), reliabilitas atau tingkat keandalan, ketetapan atau keajegan (*consistency*-konsistensi) adalah tingkat kemampuan instrumen riset untuk mengumpulkan data secara konsisten dari sekelompok individu. Instrumen yang mempunyai tingkat reliabilitas tinggi cenderung menghasilkan data yang sama tentang suatu variabel atau unsur-unsurnya, jika diulangi pada waktu yang berbeda pada pada sekelompok individu yang sama. Sehingga instrumen tersebut dapat dinilai reliabel (dapat diandalkan).

Menurut Yohanes Anton Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2

Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Yohanes Anton Nugroho (2011:33).

3.8.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Menurut Lukas Setia Atmaja (2009:184) menyatakan bahwa, Asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi Y. Artinya, nilai $(Y - Y')$ harus sama untuk nilai Y' . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut 'homoscedasticity'. Selain itu, nilai residual atau $(Y - Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "autocorelation" atau "autokorelasi". Autokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "multicollinearity".

3.8.2.1 Pengujian Normalitas

"Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik". (Lupiyoadi dan Ridho, 2015:134). Dalam menentukan

apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak, biasanya dapat dilakukan dengan melihat pada bentuk histogram residual yang bentuknya seperti lonceng atau tidak, atau menggunakan *scatter plot* dengan mengacu pada nilai residu yang membentuk pola tertentu.

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:94), “penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus distribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak bisa. Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik, parametik”.

Menurut Santoso (2012:361) menyatakan bahwa normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- a. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape*) distribusi yang normal mempunyai bentuk yang simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di satu titik tengah.
- b. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan rumus *skewness*. Untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistik yaitu *skewness* sebagai ukuran kemencengan sebaran. Jika *skewness* bernilai positif berarti sebaran data menceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng ke kanan.

$$Z = \frac{\text{Skewness}}{\sqrt{6}/N}$$

Selanjutnya nilai Z dihitung, dibandingkan dengan nilai Z tabel tanpa memperhatikan tandanya. Jika nilai Z hitung lebih kecil dari nilai Z tabel, maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.

- c. Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat *normal probability plot* pada output SPSS, jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi.

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini adalah dengan melihat penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2.2 Pengujian Multikolinieritas

“Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikuti sertakan dalam pembentukan model regresi linier”. (Lupiyoadi dan Ridho, 2015:141). Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas dan untuk mendeteksi apakah suatu model mengalami gejala multikolinieritas, Maka cara untuk memeriksa multikolinieritas dengan melihat pada:

- a. Ketidak konsistenan antara koefisien regresi yang diperoleh dengan teori yang digunakan. Misalnya nilai koefisien regresi yang dihasilkan dari perhitungan menghasilkan nilai negatif, sedangkan teori yang digunakan menyatakan bahwa koefisien regresi bernilai positif.
- b. Nilai *R-Square* semakin membesar, padahal pada pengujian secara parsial tidak ada pengaruh atau nilai signifikan $> 0,05$.
- c. Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi. Misal nilainya menjadi lebih besar atau kecil apabila dilakukan penambahan atau pengurangan sebuah variabel bebas dari model regresi.
- d. *Overestimated* dari nilai standar *error* untuk koefisien regresi.

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan bila menghasilkan nilai $VIF > 10$ berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius didalam model regresi. Selain melihat nilai VIF, bisa juga dideteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* yang dihasilkan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjauhi 1, maka model tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas.

Sedangkan menurut Sugiyono, (2009:139), “untuk mengetahui data tersebut memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat output SPSS pada *table coefficients* jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) di bawah angka 10 ($VIF < 10$) berarti tidak terjadi multikolinieritas”.

3.8.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas

“Heteroskedastisitas berarti variasi residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variansi residual harus bersifat heteroskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat” (Lupiyoadi dan Ridho, 2015:138).

Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:96), heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki *variant* yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat dari pada runtun waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (*point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0. Pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

“Analisis regresi berganda adalah suatu analisis untuk mengetahui besarnya pengaruh antara independen variabel dengan dependen variabel secara serentak”. (Danang Sunyoto, 2014:104).

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (persepsi labelisasi halal dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Menurut (Djarwanto Ps. dan Pangestu Subagyo 1994:299 dalam, Danang Sunyoto 2014:104), dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependen yaitu keputusan pembelian

X = variabel independen

X₁ = variabel persepsi labelisasi halal

X₂ = variabel harga

α = konstanta

β = koefisien regresi variabel independen

e = *error*

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu persepsi labelisasi halal dan harga yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya. Untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi (β) yang sudah distandardisasi yaitu nilai beta. (Sutanto Priyo Hastono, 2006:6).

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (persepsi labelisasi halal dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian), baik secara parsial maupun secara simultan. Serta manakah diantara variabel independen yang mempunyai dominan terhadap variabel dependen.

3.8.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Mudrajat Kuncoro (2007:81), “Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu persepsi labelisasi halal dan harga terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian secara parsial yang di uji dengan cara signifikan”. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

1) Hipotesis Pertama:

Ho : Persepsi labelisasi Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus pada Obyek Wisata Joyokarto.

Ha : Persepsi labelisasi Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus pada Obyek Wisata Joyokarto.

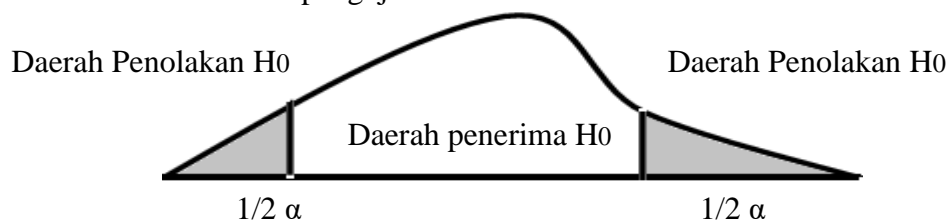
2. Hipotesis Kedua:

Ho : Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus pada Obyek Wisata Joyokarto.

Ha : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus pada Obyek Wisata Joyokarto.

b. Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$

c. Menentukan kriteria pengujian:



Gambar 3.1 Kriteria Pengujian t

Sumber : Sugiono (2015:259)

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

d. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

e. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabe} .

3.8.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Lupiyoadi dan Ridho (2015:167), “Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu persepsi labelisasi halal dan harga secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian dengan cara uji signifikan”, dengan hipotesis:

a. Hipotesis Pertama

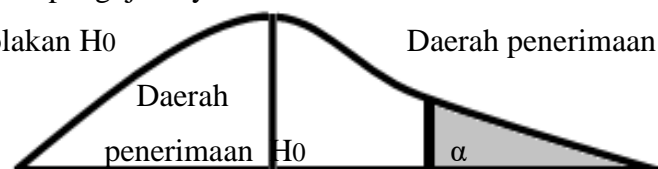
H_0 : Persepsi labelisasi Halal dan Harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus pada Obyek Wisata Joyokarto).

H_a : Persepsi labelisasi Halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus pada Obyek Wisata Joyokarto).

Adapun kriteria pengujiannya:

Daerah penolakan H_0

Daerah penerimaan H_a



Gambar 3.2 Kriteria Pengujian F

Sumber : Sugiono (2015:262)

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

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

3.8.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Menurut Singgih Santoso (2012:355), untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari koefisien determinasi (R^2) diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.

