

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul: **“Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Garnier Pada Borma Toserba Dago Di Bandung”**

Dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *Independent* (Variabel Bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terpengaruhnya variabel *dependent* (variabel tidak bebas). Variabel *independent* (X_1) dalam penelitian ini adalah Label Halal dan Variabel *independent* (X_2) adalah Religiusitas.
2. Variabel *Dependent* (Variabel Tidak Bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*. Variabel *dependent* (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Label Halal dan Religiusitas merupakan faktor penyebab, sedangkan Keputusan Pembelian Konsumen faktor akibat. Objek penelitian dilakukan pada konsumen Skincare Garnier di Borma Toserba Dago Bandung.

3.2 Metodologi Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan Kegunaan tertentu (Sugiyono, 2015:5). Menurut Sugiyono (2015:35) mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai dua. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam hal ini dimana variabel X_1 adalah pengaruh Label Halal, variabel X_2 adalah Religiusitas dan variabel Y adalah Keputusan Pembelian Konsumen. Penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran tentang variabel Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif, karena data yang diperoleh dari penelitian ini berupa data kuantitatif.

Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

3.2.1 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:26) menjelaskan proses penelitian adalah dengan sumber masalah, rumusan masalah, konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan, pengajuan hipotesis, metode penelitian, menyusun instrument penelitian, dan kesimpulan. Proses penelitian yang dilakukan penulis dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

Peneliti mengumpulkan data sebagai informasi dan menentukan masalah-masalah sebagai fenomena terkait *skincare Garnier* di Borma Toserba Dago Bandung.

2. Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan masalah-masalah yang terkait *skincare Garnier* di Borma Toserba Dago Bandung.

3. Konsep dan Teori yang Relevan dan Penemuan yang Relevan

Penulis membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah yang terjadi di lapngannya. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban terkait *skincare Garnier* di Borma Toserba Dago Bandung.

4. Pengajuan Hipotesis

Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan., tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban ini disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat penulis pada penelitian ini adalah Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan pembelian.

5. Metode Penelitian

Untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan metode adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan buka.

6. Menyusun Instrumen Penelitian

Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini menguji adanya hubungan dari Label Halal (Variabel Independent “ X_1 ”) dan Religiusitas (Variabel Independent “ X_2 ”) terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Dependent “ Y ”) digunakan korelasi *Analisis Regresi Berganda*, dan untuk menguji pengaruh dari Label Halal (Variabel Independent “ X_1 ”) dan Religiusitas (Variabel Independent “ X_2 ”) terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Dependent “ Y ”) digunakan koefisiensi determinasi.

7. Kesimpulan

Langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah, dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar pembuat keputusan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini sebagai berikut:

Table 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis penelitian	Metode yang digunakan	Unit analisis	Time Horizon
T-1	<i>Deskriptif</i>	<i>Deskriptif dan Survey</i>	Konsumen Skincare Garnier	<i>Cross Sectional</i>
T-2	<i>Deskriptif</i>	<i>Deskriptif dan Survey</i>	Konsumen Skincare Garnier	<i>Cross Sectional</i>
T-3	<i>Deskriptif</i>	<i>Deskriptif dan Survey</i>	Konsumen Skincare Garnier	<i>Cross Sectional</i>
T-4	<i>Verifikatif</i>	<i>Eksplanatory Survey</i>	Konsumen Skincare Garnier	<i>Cross Sectional</i>

3.2.2 Operasionalisasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:38) definisi variabel adalah “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian.

Dari pengertian diatas, maka operasionalisasi variabel merupakan definisi yang dinyatakan dengan cara menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat baru statistic data dilakukan secara benar. Maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

- a. Variabel Label Halal sebagai variabel independen pertama (X_1).

- b. Variabel Religiusitas sebagai variabel independen kedua (X_2).
- c. Variabel Keputusan Pembelian Konsumen sebagai variabel dependen (Y)

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara lebih jelas dapat dilihat pada table 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Satuan Ukuran	Nomer Kuesioner	Skala Ukur
Halal Label (X1)	Label Halal sebagai pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Rangkuti (2010:8) dalam Henry Aspan et al. (2017:57)	Pengetahuan	Tingkat pengetahuan label halal	1,2,3	Ordinal
		Kepercayaan	Tingkat kepercayaan label halal	4,5	
		Penilaian label halal	Tingkat penilaian label halal	6,7	
Religiusitas (X2)	Religiusitas sejauh mana seorang individu berkomitmen pada agamanya yang kemudian	Islam	Tingkat ritual agama yang dianut	8,9	Ordinal
		Iman	Tingkat kepercayaan dalam beragama	10,11	

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Satuan Ukuran	Nomer Kuesioner	Skala Ukur
	tercermin pada penyikapan dan perilakunya. Ahmad et al (2015:11)	Ihsan Nor Diana et al (2016:113)	Tingkat berkomitmen dalam beragama	12,13	
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian konsumen yaitu keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi Kotler dan Keller (2009:184)	Pengenalan kebutuhan	Tingkat kesadaran kebutuhan	14,15	Ordinal
		Pencarian informasi	Tingkat dorongan mencari informasi	16,17	
		Evaluasi pada alternatif	Tingkat pemilihan alternative	18,19	
		Keputusan pembelian	Tingkat keputusan pembelian	20,21	
		Sikap pasca pembelian	Tingkat kepuasan konsumen	22,23	
			Tingkat merekomendasikan	24	
	Kotler dan Keller (2009:184)	Kotler dan Keller (2016:195)			

Sumber: Diolah Peneliti, 2018

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dua data mengenai objek yang akan diteliti, data tersebut terbagi menjadi menjadi dua jenis data yaitu:

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti dengan melakukan survey lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan responden maupun dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Data Sekunder

Untuk menunjang penelitian, penulis mencari referensi melalui buku, jurnal, berita dan situs web terpercaya.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Teknik penentuan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Terdapat dua tahap dalam melakukan penentuan data sebagai berikut:

1. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *skincare* Garnier di Borma Toserba Dago Bandung yang sudah melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk *skincare* Garnier. Jumlah rata-rata pembelian

konsumen yang melakukan pembelian produk *skincare Garnier* tidak dapat ditentukan.

Sampel Menurut Sugiyono (2017:137) mengatakan bahwa “ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Borma Toserba Dago Bandung yang menggunakan *skincare Garnier*. Dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Karena jumlah populasi tidak diketahui maka sampel diambil dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) *purpose sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang berasal dari data dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan metode *purpose sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, bila dirasa orang tersebut cocok sebagai sumber data berdasarkan *screening* yang ditentukan oleh penulis.

Sampel yang dipilih oleh penulis sebagai sumber data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah konsumen Borma Toserba Dago Bandung yang menggunakan *skincare Garnier*. Untuk penghitungan sampel, peneliti menggunakan rumus iterasi, yaitu ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentasi kelonggaran ketidak telitian, karena dalam pengambilan sampel masih dapat ditolerir. Menurut Sitepu (1994:110) menentukan sampel dapat ditempuh melalui tiga tahap perhitungan yaitu

- 1) menentukan perkiraan harga koefisien korelasi (ρ) terkecil antara variabel bebas dengan variabel terikat,
- 2) menentukan taraf nyata (α) dan kuasa uji ($1 - \beta$), dan
- 3) menentukan ukuran sampel secara iteratif.

Apabila ukuran sampel minimal iterative pertama dan keduanya nilainya sampai dengan bilangannya sama, maka iterasi akan berhenti. Apabila belum sama perlu dilakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus seperti iterasi kedua. Dalam penelitian ini ditentukan $\alpha = 0,05$ $\beta = 0,95$, $\rho = 0,35$ dari tabel distribusi normal diperoleh $Z_{1-\alpha} = 1,96$ dan $Z_{1-\beta} = 1,645$

1. pada iterasi pertama menggunakan rumus:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U'\rho)^2} + 3 \text{ dengan } U'\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right]$$

Keterangan :

ρ = Koefisien korelasi terkecil yang diperkirakan dengan menggunakan rumus korelasi

$Z_{1-\alpha}$ = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$ = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

α = Tingkat signifikansi

β = Kekeliruan

1. Menghitung pada iterasi pertama sebagai berikut:

$$U'\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right]$$

$$U'\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1 + 0,35}{1 - 0,35} \right]$$

$$= 0,36544375$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U'\rho)^2} + 3$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U'\rho)^2} + 3$$

$$= 100,31271121$$

2. Menghitung pada iterasi kedua sebagai berikut:

$$U'\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right] + \frac{\rho}{2(n - 1)}$$

$$U'\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1 + 0,35}{1 - 0,35} \right] + \frac{0,35}{2(100,31271121 - 1)}$$

$$= 0,36720586$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U'\rho)^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,96 + 1,645)^2}{(0,36720586)^2} + 3$$

$$= 99,38097821$$

3. Menghitung pada iterasi ketiga sebagai berikut:

$$U'\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right] + \frac{\rho}{2(n - 1)}$$

$$U'\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1 + 0,35}{1 - 0,35} \right] + \frac{0,35}{2(99,38097821 - 1)}$$

$$= 0,36722255$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U'\rho)^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,96 + 1,645)^2}{(0,36722255)^2} + 3$$

$$= 99,3722179 \approx 99 \text{ orang}$$

Sehingga diperoleh ukuran sampel minimal 99 orang. Dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel sebanyak 100 orang untuk menghindari adanya bias.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2015:137). Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Studi Lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik berikut:

- a. Pengamatan langsung (Observasi)

Melakukan pengamatan secara langsung untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi yang dilakukan penulis bertempat di Borma Toserba Dago Bandung.

- b. Wawancara (*Interview*)

Teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada Supervisor di Borma Toserba Dago Bandung.

c. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden yang berhubungan dengan penelitian ini.

d. Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan. Mulai dari literature, buku-buku yang ada.

- Studi Pustaka (*Literary Research*), dilakukan untuk memperoleh data sekunder penelitian dengan melakukan penelaahan pada teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang berasal dari sumber-sumber penelitian kepustakaan. Sumber-sumber penelitian kepustakaan dapat diperoleh dari buku, jurnal, hasil penelitian terdahulu yang telah di publikasikan dan sumber-sumber lainnya yang sesuai dengan penelitian.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 509) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden terpilih maka harus diadakan uji validitas terlebih dahulu pada butir-butir yang benar-benar mengukur

apa yang diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka alat ukur tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin meunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Adapaun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = nilai koefisien korelasi pearson

X = skor item pertanyaan

Y = skor total item pertanyaan

ΣX = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

ΣY = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

ΣX^2 = jumlah kuadrat masing-masing skor X

ΣY^2 = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

n = jumlah responden

Dalam mengadakan interpetasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut suharsimi Arikunto (2009:164) dapat di lihat pada Tabel 3.3 Sebagai berikut :

Tabel 3.3
Standar Penilaian Koefisien Validitas

Besarnya Nilai	Interprestasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:164)

Uji keberartian Koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikansi 5%).

Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$nt = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}:db$$

Dimana :

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi pearson

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5% satu sisi adalah :

1. Item instrument dikatakan valid jika *thitung* lebih dari atau sama dengan t 0,05 = 1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument dikatakan tidak valid jika *thitung* kurang dari t 0,05(165)= 1,9744 maka item tersebut tidak dapat digunakan.

Tabel 3.4
Standar Penilaian Untuk Validitas

Category	Validity
9Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

Sumber: Barker et al (2012:70)

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden diukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyataan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30 Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan rumus korelasi *pearson product moment* (r).

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Label Halal (X_1)	1	0.569	0.300	Valid
	2	0.412	0.300	Valid
	3	0.583	0.300	Valid
	4	0.371	0.300	Valid
	5	0.428	0.300	Valid

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
	6	0.568	0.300	Valid
	7	0.659	0.300	Valid
Religiusitas (X ₂)	1	0.616	0.300	Valid
	2	0.651	0.300	Valid
	3	0.679	0.300	Valid
	4	0.618	0.300	Valid
	5	0.623	0.300	Valid
	6	0.571	0.300	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0.657	0.300	Valid
	2	0.396	0.300	Valid
	3	0.473	0.300	Valid
	4	0.411	0.300	Valid
	5	0.651	0.300	Valid
	6	0.655	0.300	Valid
	7	0.639	0.300	Valid
	8	0.460	0.300	Valid
	9	0.485	0.300	Valid
	10	0.529	0.300	Valid
	11	0.488	0.300	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2019)

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing

masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi pearson product moment.

3.2.4.2 Uji Reabilitas

Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman Brown Correlation)* Teknik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

- a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
- b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
- c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
- d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Gamma_1 = \frac{2\Gamma b}{1 + \Gamma b}$$

Umi Narimawati (2010:44)

Dimana :

Γ_1 = reliabilitas internal seluruh item

Γb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.6
Standar Penilaian Koefisien Untuk Reliabilitas

<i>Category</i>	Reliability
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber: Barker et al (2012:70)

Selain valid instrumen penelitian juga harus andal, keandalan instrument menjadi indikasi bahwa responden konsisten dalam memberikan tanggapan atas pernyataan yang diajukan. Seperti yang dikemukakan Barker *et al* (2012:70) sekumpulan butir pernyataan yang mengukur variabel dapat diterima jika memiliki koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,70.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Label Halal (X ₁)	0.878	0.70	Reliabel
Religiusitas (X ₂)	0.762	0.70	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.760	0.70	Reliabel

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2019)

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien reliabilitas yang diperoleh adalah seluruhnya lebih besar dengan dari r_{tabel} yaitu 0,70, sehingga alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulkan bahwa keseluruhan jumlah pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah teruji valid dan reliabel sehingga seluruh instrumen pertanyaan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.2.4.3 Uji MSI (data ordinal ke interval)

Pada penelitian ini hasil yang diperoleh dari jawaban kuesioner dengan menggunakan skala linkert adalah data ordinal. Agar data dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus diubah menjadi data interval. Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011:55) mengenai *Method of Successive* (MSI) adalah sebagai berikut: “*Method of Successive* (MSI) adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval.” Berdasarkan konsep tersebut dapat ditinjau bahwa MSI merupakan alat untuk mengubah data ordinal menjadi interval. Dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan *Additional Instrument (Add-Ins)* pada *Microsoft Excel*. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penggunaan MSI tersebut, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.

2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Means of Interval} = \frac{\text{Density at Lower limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area at Below Density Upper Limit} - \text{Area at Below LowerLimit}}$$

Dimana:

- Means of Interval* = Rata-Rata Interval
- Density at Lower Limit* = Kepadatan batas bawah
- Density at Upper Limit* = Kepadatan atas bawah
- Area Under Upper Limit* = Daerah di bawah batas atas
- Area Under Lower Limit* = Daerah di bawah batas bawah

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisa Deskriptif /Kualitatif

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variable penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun table frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4,dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% Skor = \frac{Skor Actual}{Skor Ideal} \times 100\%$$

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

Keterangan :

- a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah.
- b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3. 8 sebagai berikut:

Tabel 3.8
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00-36.00	Tidak Baik
2	36.01-52.00	Kurang Baik
3	52.01-68.00	Cukup
4	68.01-84.00	Baik
5	84.01-100	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2017: 133)

Berdasarkan katogeri tersebut, maka penulis dapat membuat kategori masing-masing variabel sebagai berikut:

Table 3.9
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

% Jumlah Skor	Label Halal	Religiusitas	Keputusan Pembelian Konsumen
20.00-36.00	Sangat Tidak Terpercaya	Sangat Rendah	Sangat Rendah
36.01-52.00	Tidak Terpercaya	Rendah	Rendah
52.01-68.00	Cukup Terpercaya	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
68.01-84.00	Terpercaya	Tinggi	Tinggi
84.01-100	Sangat Terpercaya	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

3.2.5.1.2 Analisa Verifikatif

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Husein Umar (2008:187), agar dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval dengan

menggunakan “*Methode of Successive Interval*”. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dapat digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression*).

1. Analisis Regresi dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau *independen variable* (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau *dependen variable* (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = variabel dependen

X₁, X₂ = variabel independen

A = konstanta

β₁, β₂ = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Label Halal (X) dan Religiusitas (X), sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

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

Dimana:

Y = variabel dependen

α = Konstanta dari persamaan regresi

- β_1 = Koefisien regresi dari variable X_1 ,
- β_2 = Koefisien regresi dari variable X_2 ,
- X_1 = variabel independen
- X_2 = variabel independen
- ϵ = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181). Pengujian normalitas data menggunakan uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu :

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolineritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolineritas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel (Erwan Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat diantara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIP). Menurut Gujarati (2003:362), pedoman suatu model regresi yang bebas multikolineraritas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1, batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (error) ada yang signifikan, maka kesimpulan terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Untuk menguji heteroskedastisitas salah satunya dengan melihat penyebaran dari varians pada grafik *scatterplot* pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Korelasi

a. Analisis Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X1 (Label Halal) dan X2 (Religiusitas) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) secara bersamaan. Untuk memahami bagaimana

menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$r_{X1X2Y} = \frac{b1 \sum x1y + b2 \sum x2y}{\sum y^2}$$

Dimana:

R_{X1X2Y} = Korelasi berganda antara variabel X1 dan X2 dengan Y

X1 = Variabel X1 (Label Halal)

X2 = Variabel X2 (Religiusitas)

Y = Variabel Y (Keputusan Pembelian)

b1, b2 = Koefisien regresi masing-masing variable

b. Analisis Korelasi Parsial

Pengertian analisis korelasi menurut Jonathan Sarwono (2006:37) adalah: “Analisis korelasional digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variable bebas dengan tergantung.” Selain pengertian diatas analisis korelasi juga digunakan untuk mengetahui derajat korelasi antara kedua variabel, sehingga digunakan analisis korelasi *product moment* yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, analisis korelasi ini dapat pula dihitung dengan menggunakan program SPSS 10 for Windows, sehingga diperoleh rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel dibawah ini:

Tabel 3.10
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 157

5. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (K_d) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap. Nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (r^2). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Dalam hal ini, terdapat dua analisis koefisien yang dilakukan, yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien korelasi parsial.

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (Label Halal) dan variabel X2 (Religiusitas) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara simultan.

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi Product Moment

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

- a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t_{hitung}(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

- b. Hipotesis

H_{01} . $\rho = 0$, Tidak terdapat Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Skincare* Garnier Garnier pada Borma Toserba Dago di Bandung.

H_{11} . $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Skincare* Garnier pada Borma Toserba Dago di Bandung.

H_{02} . $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Skincare* Garnier pada Borma Toserba Dago di Bandung.

H_{12} . $\rho \neq 0$, Terdapat Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Skincare* Garnier Pada Borma Toserba Dago Di Bandung.

2. Pengujian Secara Simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

- a. Rumus uji F yang digunakan

$$f_{hitung} = \frac{JK_{regresi/k}}{JK_{residu/\{n-(k+1)\}}}$$

Dimana:

F = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah Variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-bersama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada *Tabel Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *SPSS*. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$ maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumusan *Pearson*.

- b. Hipotesis

$H_0: \beta = 0$, Label Halal dan Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen pada *Skincare* Garnier di Borma Toserba

Dago Bandung

$H1.\beta \neq 0$, Label Halal dan Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen pada Garnier di Borma Toserba Dago
Bandung

3. Kriteria pengujian

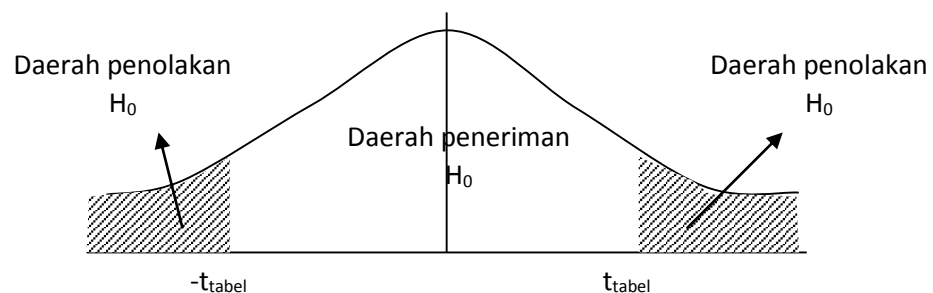
H_0 ditolak apabila $t_{hitung} < \text{dari } t_{tabel} (\alpha = 0,05)$

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan

H_1 :



Sumber: Sugiyono (2017:275)

Gambar 3.1
Daerah penerimaan dan penolakan H_0