

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu jenis penelitian yang menghasilkan temuan dengan menerapkan metode statistik atau pendekatan kuantitatif (pengukuran).⁴⁷ Penelitian kuantitatif merupakan suatu eksplorasi terencana mengenai suatu fenomena yang melibatkan pengumpulan data yang dapat diukur dengan menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi.⁴⁸

Metode kuantitatif disebut sebagai metode tradisional karena telah digunakan sejak lama dan telah menjadi tradisi sebagai pendekatan dalam penelitian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.⁴⁹ Secara umum penelitian kuantitatif lebih menekankan pada keluasan informasi (bukan kedalaman) sehingga metode ini cocok digunakan populasi yang luas dengan variabel terbatas.⁵⁰

Penelitian ini menggunakan metode penelitian statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Diantaranya yaitu analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi serta uji hipotesis dengan menggunakan uji t (parsial) dan uji f (simultan). Metode statistik deskriptif ini

⁴⁷ Andra Tersiana, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2018), hlm. 13.

⁴⁸ Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021), hlm. 6.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 7.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 24.

digunakan untuk mendeskripsikan setiap variabel yaitu kondisi ekonomi dan labelisasi halal terhadap keputusan konsumen membeli produk UMKM di kota Tasikmalaya. Kemudian metode analisis regresi linier berganda untuk memprediksi pengaruh antara kondisi ekonomi dan labelisasi halal terhadap keputusan konsumen membeli produk UMKM di kota Tasikmalaya. Sedangkan metode koefisien korelasi dan determinasi yaitu untuk mengetahui keeratan serta presentase keberpengaruhan kondisi ekonomi dan labelisasi halal dengan keputusan konsumen membeli produk UMKM di kota Tasikmalaya.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, atau kegiatan dengan variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵¹ Adapun variabel pada penelitian ini adalah

1. Variabel Bebas (Independen Variabel)

Variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau berfungsi sebagai penyebab perubahan atau munculnya variable terikat (dependent varabel).⁵² Variable bebas pada penelitian ini adalah kondisi ekonomi (X_1) dan labelisasi halal (X_2).

⁵¹ Sugiono, hlm. 38.

⁵² Sudaryono, *Metodologi Penelitian* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 39.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Kondisi Ekonomi (X₁) dan Labelisasi Halal (X₂)

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Kondisi Ekonomi (X ₁)	Tingkat Pendidikan	1. Tingkat pendidikan memotivasi saya dalam mencari produk UMKM makanan yang dominan dalam inovasi atau nilai tambah gizi 2. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena pemahaman saya terhadap produk tersebut	Skala likert
	Pekerjaan	3. Kondisi pekerjaan membuat saya memilih membeli produk UMKM makanan karena memudahkan proses pembelian dan konsumsi 4. Saya cenderung membeli produk UMKM makanan ketika pekerjaan saya memberikan stabilitas finansial	
	Pendapatan	5. Tingkat pendapatan memotivasi saya untuk memilih produk UMKM makanan 6. Tingkat penghasilan	

		memotivasi saya untuk mendukung produk UMKM makanan	
	Tempat Tinggal	<p>7. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena lokasinya yang tidak jauh dari tempat tinggal saya</p> <p>8. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena produk tersebut berasal dari daerah tempat tinggal saya</p>	
Labelisasi Halal (X ₂)	Gambar	<p>9. Saya mengetahui maksud dari gambar logo halal</p> <p>10. Saya selalu memperhatikan ada tidak nya gambar logo halal sebelum melakukan pembelian produk UMKM makanan</p>	Skala likert
	Tulisan	<p>11. Adanya tulisan halal membantu saya mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian</p> <p>12. Tulisan halal pada logo terbaca dengan jelas</p>	

	Kombinasi Gambar dan Tulisan	<p>13. Saya mengetahui bahwa tulisan dan gambar label halal pada kemasan produk UMKM makanan adalah resmi dari MUI</p> <p>14. Gambar dan tulisan halal menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk UMKM makanan sebelum melakukan pembelian</p>	
	Menempel Pada Kemasan	<p>15. Saya selalu memperhatikan Gambar dan tulisan label halal yang menempel pada kemasan produk UMKM makanan</p> <p>16. Label halal yang menempel pada kemasan produk mempermudah saya dalam memberi informasi dan keyakinan akan mutu produk</p>	

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat sering kali dikenal sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuensi. Dalam Bahasa Indonesia, variabel ini kerap disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah jenis variabel yang dipengaruhi atau

menjadi hasil dari adanya variabel bebas.⁵³ Variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.2
Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk	1. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena produk terbuat dari bahan dengan kualitas yang baik 2. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena produk tersebut memiliki tampilan yang menarik	Skala likert
	Pilihan Merek	3. Keputusan pembelian berdasarkan kepercayaan akan citra merek dari suatu produk UMKM makanan 4. Keputusan pembelian berdasarkan kepopuleran dari merek produk UMKM makanan	
	Pilihan Saluran Pembelian	5. Saya membeli produk UMKM makanan berdasarkan tempat tinggal	

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 39.

		6. Saya membeli produk UMKM makanan melalui online	
	Waktu Pembelian	7. Dalam kurun waktu 1 minggu saya secara rutin membeli minimal 1 produk UMKM makanan 8. Saya cenderung membeli produk UMKM makanan pada akhir pekan atau hari libur	
	Jumlah Pembelian	9. Saya melakukan pembelian produk UMKM makanan sesuai dengan jumlah kebutuhan pada saat itu 10. Saya membeli produk UMKM makanan secara satuan	

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari obyek dan subyek dengan kualitas dan karakterisik khusus yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian diambil kesimpuannya.⁵⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk UMKM

⁵⁴ Sugiono, hlm. 80.

makanan di kecamatan purbaratu kota Tasikmalaya. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁵⁵ Jika populasi memiliki jumlah yang besar dan peneliti menghadapi kendala seperti keterbatasan dana, sumber daya manusia, dan waktu yang membuat peneliti sulit untuk mempelajari seluruh populasi. Maka peneliti dapat memanfaatkan sampel yang diambil secara representatif dari populasi tersebut.⁵⁶ Secara sederhana sampel merupakan sebagian atau perwakilan dari seluruh populasi yang akan diteliti oleh peneliti.⁵⁷

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non-probability sampling. Teknik ini merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Adapun pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sampling purposive. Sampling purposive adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁵⁸ Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵⁵ Anak Agung Putu Agung dan Anik Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif* (Kabupaten Badung Bali: CV Noah Aletheia, 2019), hlm. 39.

⁵⁶ Sugiono, hlm. 81.

⁵⁷ Suharsimi Arikuntum, *Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (edisi revisi cetatan 11)* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 117.

⁵⁸ Sugiono, hlm. 85.

1. Responden beragama muslim
2. Responden berdomisili di kecamatan purbaru kota Tasikmalaya
3. Responden sudah pernah membeli produk UMKM makanan di kecamatan purbaru Kota Tasikmalaya

Dalam menentukan besar sampel, peneliti mengacu pada metode Lemeshow. Rumus lemeshow digunakan dalam penelitian ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui (infinite population) secara pasti. adapun rumus lemeshow adalah sebagai berikut.⁵⁹

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

keterangan

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Dari rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

⁵⁹ Stanley Lemeshow et al., *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997), hlm. 2.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Melalui rumus lemeshow maka diperoleh hasil jumlah sampe minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Adapun alasan peneliti menggunakan rumus lemeshow yaitu karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang paling strategis dalam suatu penelitian, mengingat fokus utama dari penelitian adalah memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁶⁰

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penyampaian serangkaian pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapatkan jawaban dari mereka.⁶¹ Kuisisioner bisa berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat disampaikan langsung kepada responden atau dikirimkan melalui pos atau internet.⁶²

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 224.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 219.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 142.

Dalam Teknik pengumpulan data dengan kuisisioner ini, peneliti menyampaikan kuisisioner kepada responden secara online dengan menggunakan google form yang kemudian diisi oleh responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk UMKM di kota Tasikmalaya dengan rentang usia 10 sampai 50 tahun dan berdomisili di kota Tasikmalaya.

E. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang diamati baik berkaitan dengan alam maupun sosial.⁶³ Instrument yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa kuisisioner atau angket yang berisi pertanyaan atau pernyataan dengan menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Melalui penggunaan skala likert, variabel yang akan diukur dijelaskan dalam bentuk indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan dasar untuk merancang item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.⁶⁴

Tabel 3.3
Daftar Skor Item Instrumen Jawaban Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 102.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 93.

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu berupa angket atau kuesioner yang disebarkan kepada konsumen yang pernah membeli produk UMKM makanan di kecamatan purbaratu kota Tasikmalaya. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen. Adapun kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 3.4
Kisi - Kisi Instrumen Variabel Kondisi Ekonomi Konsumen (X₁) dan Labelisasi Halal (X₂)

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala	Item
Kondisi Ekonomi (X ₁)	Tingkat Pendidikan	1. Tingkat Pendidikan memotivasi saya dalam mencari produk UMKM makanan yang dominan dalam inovasi atau nilai tambah gizi 2. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena pemahaman saya terhadap produk tersebut	Likert	1, 2
	Pekerjaan	3. Kondisi pekerjaan membuat saya memilih membeli produk UMKM makanan karena memudahkan proses pembelian dan konsumsi 4. Saya cenderung membeli produk UMKM makanan ketika	Likert	3, 4

		pekerjaan saya memberikan stabilitas finansial		
	Pendapatan	5. Tingkat pendapatan memotivasi saya untuk memilih produk UMKM makanan 6. Tingkat penghasilan memotivasi saya untuk mendukung produk UMKM makanan	Likert	5, 6
	Tempat Tinggal	7. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena lokasinya yang tidak jauh dari tempat tinggal saya 8. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena produk tersebut berasal dari daerah tempat tinggal saya	Likert	7, 8
Labelisasi Halal (X ₂)	Gambar	9. Saya mengetahui maksud dari gambar logo halal 10. Saya selalu memperhatikan ada tidak nya gambar logo halal sebelum melakukan pembelian	Likert	9, 10

		produk UMKM makanan		
	Tulisan	11. Adanya tulisan halal membantu saya mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian 12. Tulisan halal terbaca dengan jelas	Likert	11, 12
	Kombinasi Gambar dan Tulisan	13. Saya mengetahui bahwa tulisan dan gambar label halal pada kemasan produk adalah resmi dari MUI 14. Gambar dan tulisan halal menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk UMKM makanan sebelum melakukan pembelian	Likert	13, 14
	Menempel Pada Kemasan	15. Saya selalu memperhatikan Gambar dan tulisan label halal yang menempel pada kemasan produk UMKM makanan 16. Label halal yang menempel pada kemasan produk mempermudah saya dalam memberi informasi dan	Likert	15, 16

		keyakinan akan mutu produk		
--	--	----------------------------	--	--

Tabel 3.5
Kisi - Kisi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala	Item
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk	17. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena produk terbuat dari bahan dengan kualitas yang baik 18. Saya memutuskan membeli produk UMKM makanan karena produk tersebut memiliki tampilan yang menarik	Likert	17, 18
	Pilihan Merek	19. Keputusan pembelian berdasarkan kepercayaan akan citra merek dari suatu produk UMKM makanan 20. Keputusan pembelian berdasarkan	Likert	19, 20

		kepopuleran dari merek produk UMKM makanan		
Pilihan Saluran Pembelian	21. Saya membeli produk UMKM makanan berdasarkan tempat tinggal 22. Saya membeli produk UMKM makanan melalui online	Likert	21, 22	
Waktu Pembelian	23. Dalam kurun waktu 1 minggu saya secara rutin membeli minimal 1 produk UMKM makanan 24. Saya cenderung membeli produk UMKM makanan pada akhir pekan atau hari libur	Likert	23, 24	
Jumlah Pembelian	25. Saya melakukan pembelian produk UMKM makanan sesuai dengan jumlah	Likert	25, 26	

		kebutuhan pada saat itu 26. Saya membeli produk UMKM makanan secara satuan		
--	--	---	--	--

1. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa valid suatu instrumen. Instrumen yang memiliki tingkat validitas yang tinggi akan menghasilkan validitas yang tinggi, sedangkan instrumen yang kurang valid akan menghasilkan validitas yang rendah.⁶⁵ Instrumen yang valid mengindikasikan bahwa alat ukur yang dipergunakan untuk mengumpulkan data adalah valid. Valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat dipakai untuk menilai sesuatu sebagaimana seharusnya diukur.⁶⁶

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini yaitu pearson correlation. Pearson correlation ini merupakan korelasi antara skor item dengan skor total item yang dapat digunakan untuk menguji validitas instrumen. Nilai pada kolom pearson correlation merupakan nilai r hitung yang akan dibandingkan dengan r tabel untuk mengetahui validitas pada setiap butir instrument. Adapun ketentuan untuk pengambilan keputusan validitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ maka item kuisisioner dikatakan valid

⁶⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 211.

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 203.

b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item kuisioner dikatakan tidak valid uji validitas dilakukan kepada 30 responden untuk menentukan apakah item pertanyaan yang digunakan layak atau tidak dengan menggunakan taraf signifikan 5% atau 0,05.

Hasil dari uji validitas yang dilakukan kepada 30 responden dengan taraf signifikan 5% atau 0,05 menurut tabel r product moment adalah 0,3610 setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan SPSS.

Adapun hasil perhitungan uji validitas variabel Kondisi Ekonomi Konsumen terdiri dari 8 item pertanyaan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS diperoleh hasil dari 8 item pertanyaan tersebut dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.6
Hasil Perhitungan Uji Validitas Kondisi Ekonomi Konsumen (X_1)

No	Koefisien Validitas r_{hitung}	r_{tabel} Product Moment	Kriteria
1	0,471	0,3610	Valid
2	0,615	0,3610	Valid
3	0,672	0,3610	Valid
4	0,558	0,3610	Valid
5	0,556	0,3610	Valid
6	0,560	0,3610	Valid
7	0,560	0,3610	Valid
8	0,522	0,3610	Valid

Kemudian hasil perhitungan uji validitas variabel Labelisasi Halal terdiri dari 8 item pertanyaan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS

diperoleh hasil dari 8 item pertanyaan tersebut dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.7
Hasil Perhitungan Uji Validitas Labelisasi Halal (X₂)

No	Koefisien Validitas r_{hitung}	r_{tabel} Product Moment	Kriteria
1	0,518	0,3610	Valid
2	0,570	0,3610	Valid
3	0,520	0,3610	Valid
4	0,607	0,3610	Valid
5	0,520	0,3610	Valid
6	0,468	0,3610	Valid
7	0,505	0,3610	Valid
8	0,535	0,3610	Valid

Kemudian hasil perhitungan uji validitas variabel Keputusan Pembelian terdiri dari 10 item pertanyaan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS diperoleh hasil 9 item pertanyaan tersebut dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel dan 1 item dinyatakan tidak valid karena nilai r hitung $<$ r tabel. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.8
Hasil Perhitungan Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Koefisien Validitas r_{hitung}	r_{tabel} Product Moment	Kriteria
1	0,568	0,3610	Valid
2	0,623	0,3610	Valid
3	0,522	0,3610	Valid
4	0,510	0,3610	Valid
5	0,439	0,3610	Valid
6	0,618	0,3610	Valid

7	0,493	0,3610	Valid
8	0,533	0,3610	Valid
9	0,322	0,3610	Tidak Valid
10	0,511	0,3610	Valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keakuratan, ketepatan, atau ketelitian suatu instrumen.⁶⁷ Reliabilitas instrumen menunjukkan kemampuan alat ukur untuk menghasilkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya.⁶⁸ Hasil suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap suatu objek atau subjek diperoleh hasil yang relatif sama yang artinya pengukuran konsisten. Sebaliknya apabila pengukuran diperoleh hasil yang berbeda-beda dengan subjek yang sama maka dikatakan inkonsisten. Suatu alat ukur yang reliabel adalah alat ukur yang mempunyai tingkat reliabilitas tinggi. Secara empiris, tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas.⁶⁹ Adapun kriteria reliabilitas suatu instrument yang digunakan adalah:⁷⁰

Tabel 3.9
Tingkat Reliabilitas Data

Interval Cronbach Alpha	Kriteria
>0.9	Reliabilitas Sempurna
0.7 – 0.9	Reliabilitas Tinggi
0.5 – 0.7	Reliabilitas Moderat
<0.5	Reliabilitas Rendah

⁶⁷ Putu Agung dan Yuesti, hlm. 55.

⁶⁸ Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), hlm. 254.

⁶⁹ Sudaryono, hlm. 397.

⁷⁰ Monika Palupi Murniati et al., *Alat-Alat Pengujian Hipotesis* (Semarang: Unika Soeguapranata, 2013), hal. 27.

Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik cronbach's alpha. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's alpha $> 0,6$ maka kuisisioner dinyatakan reliabel atau konsisten
- b. Jika nilai Cronbach's alpha $< 0,6$ maka kuisisioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

Hasil dari uji reliabilitas dilakukan kepada 30 responden. Adapun hasil uji reliabilitas pada variabel kondisi ekonomi konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kondisi Ekonomi Konsumen (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,688	8

Tabel 3.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kondisi Ekonomi Konsumen (X₁)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1P1	28,0667	5,582	,362	,670
X1P2	27,9667	4,930	,463	,641
X1P3	28,0667	4,547	,498	,628
X1P4	28,1000	4,852	,341	,670
X1P5	28,4333	5,013	,376	,659
X1P6	28,1333	4,809	,332	,674
X1P7	27,9333	5,030	,386	,657
X1P8	28,0000	5,103	,334	,668

Dari tabel 3.10 dapat dilihat untuk variabel Kondisi Ekonomi Konsumen (X_1) nilai Cronbach Alpha yaitu 0,688. Berdasarkan kriteria uji reliabilitas jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka variabel kondisi ekonomi konsumen dengan 8 item pertanyaan adalah reliabel.

Kemudian hasil uji reliabilitas pada variabel labelisasi halal dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Labelisasi Halal (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,631	8

Tabel 3.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Labelisasi Halal (X_2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2P1	28,6667	5,057	,364	,594
X2P2	28,9000	4,576	,340	,596
X2P3	28,6667	4,851	,313	,603
X2P4	28,8333	4,557	,412	,574
X2P5	28,6667	4,851	,313	,603
X2P6	29,1000	4,990	,248	,621
X2P7	28,9000	4,852	,283	,612
X2P8	28,8000	4,924	,361	,592

Dari tabel 3.12 dapat dilihat untuk variabel Labelisasi Halal (X_2) nilai Cronbach Alpha yaitu 0,631. Berdasarkan kriteria uji reliabilitas jika nilai

Cronbach Alpha > 0,60 maka variabel labelisasi halal dengan 8 item pertanyaan adalah reliabel.

Kemudian hasil uji reliabilitas pada variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,680	10

Tabel 3.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YP1	36,1333	6,602	,428	,642
YP2	36,3333	5,954	,426	,639
YP3	36,3000	6,700	,368	,652
YP4	36,3667	6,861	,376	,652
YP5	36,4333	6,944	,273	,669
YP6	36,5000	5,638	,355	,670
YP7	36,3667	7,068	,384	,655
YP8	36,2000	6,648	,378	,650
YP9	36,3667	7,344	,168	,684
YP10	36,3000	7,045	,406	,653

Dari tabel 3.14 dapat dilihat untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) nilai Cronbach Alpha yaitu 0,680. Berdasarkan kriteria uji reliabilitas jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka variabel keputusan pembelian dengan 10 item pertanyaan adalah reliabel.

F. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data adalah uji persyaratan tentang kelayakan data untuk di analisis dengan menggunakan statistik parametrik atau nonparametric. Melalui uji ini sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak normal.⁷¹ Pada penelitian ini uji normalitas dihitung dengan menggunakan alat bantu yaitu SPSS melalui Kolmogrov Smirnov. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikan $> 0,05$. Dan dapat teridentifikasi dengan memeriksa penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau melihat histogram dari residu. Dasar untuk mengambil keputusan:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari regional dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 203.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan uji untuk mengetahui apakah antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linear. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua variabel yang sedang diteliti apakah ada hubungan yang linear dan signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai uji prasyarat dalam penerapan metode regresi linear.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (independen) dalam model regresi.⁷² Cara mendeteksi keberadaan multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka model regresi bebas multikolinearitas
- 2) Jika nilai Tolerance $> 0,1$ maka model regresi bebas multikolinearitas

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji

⁷² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 105.

apakah ada ketidaksamaan/varians dari residual antar pengamatan dalam model regresi. Dasar analisisnya:⁷³

- 1) Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisi data merupakan tahapan setelah data dari semua responden atau sumber data lainnya telah terkumpul. Kegiatan yang dilakukan dalam analisi data melibatkan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data untuk setiap variabel yang sedang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁷⁴

Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik kuantitatif deskriptif. Statistik kuantitatif deskriptik merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

⁷³ Ghozali, hlm. 139.

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 147.

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan deskripsi atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi.⁷⁵ Analisis statistik deskriptif masing-masing variabel dalam penelitian ini meliputi mean, modus, median, rentang skor, standar deviasi, dan distribusi frekuensi.⁷⁶

2. Analisis Pengujian Hipotesis

a. Penentuan Hipotesis

1) Hipotesis 1

H_{01} : Kondisi ekonomi (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk UMKM makanan di kecamatan purbaratu kota Tasikmalaya

H_{a1} : Kondisi ekonomi (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk UMKM makanan di kecamatan purbaratu Kota Tasikmalaya

2) Hipotesis 2

H_{02} : Labelisasi halal (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk UMKM makanan di kecamatan purbaratu Kota Tasikmalaya

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 147.

⁷⁶ Yusuf Wibisono, *Metode Statistik* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), hlm. 167.

H_{a2} : Labelisasi halal (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk UMKM makanan di kecamatan purbaratu Kota Tasikmalaya

3) Hipotesis 3

H_{03} : Kondisi ekonomi (X_1) dan labelisasi halal (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk UMKM makanan di kecamatan purbaratu Kota Tasikmalaya

H_{a3} : Kondisi ekonomi (X_1) dan labelisasi halal (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk UMKM makanan di kecamatan purbaratu Kota Tasikmalaya

b. Uji Hipotesis 1-2

1) Analisis Korelasi Sederhana

Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mencari hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval atau ratio.⁷⁷ korelasi sederhana ini menunjukkan hubungan dari masing-masing variabel antara variabel Kondisi Ekonomi (X_1) terhadap Keputusan Konsumen Membeli (Y), dan Labelisasi Halal (X_2) terhadap Keputusan Konsumen Membeli (Y).

Untuk mengetahui uji koefisien korelasi tinggi, sedang, rendah. Maka perlu diinterpretasikan terlebih dahulu mengenai nilai

⁷⁷ Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 217.

koefisien korelasi sederhana dan nilai koefisien korelasi ganda.

Interpretasi tersebut adalah sebagai berikut:⁷⁸

Tabel 3.16
Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

2) Analisis Regresi Sederhana

Secara umum, analisis regresi sederhana melibatkan dua variabel, yaitu satu variabel yang berupa variabel terikat dan variabel kedua yang berupa variabel bebas. Dalam regresi sederhana ini menyatakan hubungan kausalitas antara dua variabel dan memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas.⁷⁹ Adapun rumus bentuk persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y : Variabel Terikat

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

⁷⁸ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 231.

⁷⁹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Selemba Empat, 2011), hlm. 131.

e : error term atau residu

3) Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Dalam analisis regresi, koefisien determinasi biasanya menjadi dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁸⁰ Koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi. Hal ini tercermin dari nilai koefisien determinasi antara $0 < (r^2) < 1$. Kriteria analisisnya adalah sebagai berikut:

- a) Jika koefisien determinasi = 1, maka menandakan adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang kuat.
- b) Jika koefisien determinasi = 0, maka menandakan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah.

4) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah dari variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individual. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a) Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat

⁸⁰ Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 45.

pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

- b) Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji Hipotesis 3

1) Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua atau lebih variabel bebas secara bersama-sama dari variabel terikat.⁸¹ Korelasi berganda ini menunjukkan hubungan secara simultan antara variabel Kondisi Ekonomi (X_1) dan Labelisasi Halal (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang dilakukan terhadap satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen.⁸² Untuk menguji regresi berganda secara simultan dilakukan asumsi klasik karena variabel bebas nya lebih dari satu maka perlu diuji keindependenan hasil uji regresi dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan

⁸¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 231.

⁸² Fridayana Yudiantmaja, *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 15.

aplikasi SPSS. Adapun rumus bentuk persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 \dots,$$

Dimana:

Y : Variabel Terikat

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X₁ : Variabel Bebas ke 1

X₂ : Variabel Bebas ke 2

e : Tingkat Kesalahan (error)

3) Korelasi Determinasi

Dalam hubungannya dengan korelasi, maka r^2 merupakan kuadrat dari koefisien korelasi yang berkaitan dengan variabel independent dan variabel dependen. Umumnya dikatakan bahwa kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai predictor (X) dan variabel yang memberikan respon (Y). Secara sederhana r^2 merupakan koefisien korelasi yang dikuadratkan. Dalam analisis regresi berganda, koefisien determinasi mengukur proporsi atau presentase sumbangan variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y secara bersamaan.⁸³

⁸³ Degibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 259.

4) Uji Simultan (F)

Uji f bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (X1: Kondisi Ekonomi, X2: Labelisasi Halal) secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel terikat (Y: Keputusan Pembelian). Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah:⁸⁴

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

H. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023/2024 yaitu antara bulan Agustus 2023 sampai dengan Juli 2024 dengan alokasi waktu sebagai berikut:

Tabel 3.17
Alokasi Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2023-2024											
		Ag	Se	Ok	No	De	Jan	Fe	Ma	Ap	Me	Ju	Jul
		2023					2024						
1	Penyusunan Usulan												

⁸⁴ V .Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), hlm. 141.

	Penelitian												
2	SK Pembimbing												
3	Pengumpulan Literatur												
4	Seminar Usulan Penelitian												
5	Pelaksanaan: a. Pengumpulan Data b. Pengolahan Data												
6	Penyusunan Laporan												
7	Seminar Hasil												
8	Sidang Skripsi												

2. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek untuk diadakannya suatu penelitian.

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini tempat yang dijadikan penelitian yaitu Jalan Purbaratu kecamatan Purbaratu kota Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat.