

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.⁸³ Sedangkan penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.⁸⁴ Dengan menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif ini diharapkan dapat membantu memecahkan masalah yang timbul sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan melalui perhitungan dari variabel-variabel penelitian.

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 16.

⁸⁴ Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 28.

B. Operasional Variabel

Operasional adalah proses mendefinisikan variabel dengan tegas, sehingga menjadi faktor-faktor yang dapat diukur.⁸⁵ Sedangkan variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁶

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat, dengan jumlah tiga variabel bebas dan satu variabel terikat.

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁸⁷ Variabel bebas biasanya dinotasikan dengan simbol X.

Variabel bebas pada penelitian ini adalah:

a. Label Halal (X_1)

Label halal adalah tanda kehalalan suatu produk yang dikeluarkan dikeluarkan lembaga dan institusi yaitu LPPOM MUI.

⁸⁵ Jamaluddin Ahmad, *Metode Penelitian Administrasi Publik: Teori & Aplikasi*, (Yogyakarta: Gava Media, 2015), hlm. 131.

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 39.

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...* hlm. 68.

Tabel 2.1
Operasional Variabel Label Halal (X₁)

Variabel	Indikator	Skala
Label Halal	Gambar pada kemasan	<i>Likert</i>
	Pengetahuan mengenai label halal	<i>Likert</i>
	Kepercayaan adanya label halal	<i>Likert</i>

b. *Brand Image* (X₂)

Tabel 2.2
Operasional Variabel *Brand Image* (X₂)

Variabel	Indikator	Skala
<i>Brand Image</i> (Citra Merek)	Kualitas produk	<i>Likert</i>
	Ciri khas merek	<i>Likert</i>
	Mudah dikenal dan diingat	<i>Likert</i>

c. Kelompok Referensi (X₃)

Tabel 2.3
Operasional Variabel Kelompok Referensi (X₃)

Variabel	Indikator	Skala
Kelompok Referensi	Pengalaman kelompok referensi	<i>Likert</i>
	Kredibilitas dari kelompok referensi	<i>Likert</i>
	Produk sangat menarik perhatian	<i>Likert</i>

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁸⁸ Variabel ini biasanya dinotasikan dengan Y. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

Tabel 2.4
Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Pengenalan Kebutuhan	Pembelian produk sesuai kebutuhan	<i>Likert</i>
	Pencarian Informasi	Mencari informasi mengenai produk yang akan digunakan	<i>Likert</i>
	Evaluasi Alternatif	Mencari beberapa alternatif sebagai perbandingan antarproduk	<i>Likert</i>
	Keputusan Membeli	Pembelian produk <i>skincare</i>	<i>Likert</i>
		Mengutamakan manfaat atas produk yang dibeli	<i>Likert</i>
	Perilaku Pascapembelian	Merasa puas dengan produk yang sudah dibeli	<i>Likert</i>

⁸⁸ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm. 155.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian baik terdiri dari benda yang nyata, abstrak, peristiwa ataupun gejala yang merupakan sumber data dan memiliki karakter tertentu dan sama.⁸⁹ Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pengguna *marketplace* Shopee baik laki-laki maupun perempuan yang beragama Islam. Jumlah populasi penelitian ini tidak diketahui secara pasti karena pengguna Shopee tersebar di seluruh Indonesia.

2. Sampel

Sampel penelitian merupakan suatu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam penelitian yang dilakukan. Sampel penelitian mencerminkan dan menentukan seberapa jauh sampel tersebut bermanfaat dalam membuat kesimpulan penelitian. Sampel merupakan suatu bagian dari populasi.⁹⁰ Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang untuk dipilih menjadi sampel.⁹¹ Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang bersangkutan layak digunakan sebagai

⁸⁹ Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press: 2012), hlm. 47.

⁹⁰ Sudaryono, *Metodologi Penelitian...* hlm. 167.

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kebijakan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Evaluasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 117.

sumber data.⁹² Menurut Purba jika jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampe minimal ditentukan dengan rumus:⁹³

$$n = \frac{z^2}{4 (\text{Moe})^2}$$

dimana:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1.96

Moe = *Maargin of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal

pengambilan sampel yang masi dapat ditoleransi atau yang diinginkan

Dengan menggunakan *margin of error max* sebesar 10%, maka jumlah sampe minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,10)^2} = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 97$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi sebanyak 97 responden. Penulis akan mengambil sampel minimal berjumlah 100 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesua

⁹² *Ibid.*, hlm. 119.

⁹³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupres, 2020), hlm. 155.

lingkup penelitian.⁹⁴ Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagi daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya.⁹⁵ Kuisisioner dikirim kepada responden melalui internet (*online*) dengan menggunakan *google form*. Pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner sesuai dengan indikator setiap variabel. Data hasil pengisian responden akan diolah menggunakan aplikasi SPSS untuk mengetahui apakah data tersebut valid dan reliabel.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, dan data yang relevan.⁹⁶ Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dokumen-dokumen berupa buku, jurnal, dan artikel dari sumber terpercaya seperti data pengguna *e-commerce*, penduduk muslim, dan lain sebagainya.

⁹⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi...* hlm. 93.

⁹⁵ Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*, (Yogyakarta: Andi, 2018), hlm. 167.

⁹⁶ Sudaryono, *Metodologi Penelitian...* hlm. 219.

E. Instrument Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁹⁷ Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner dengan skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁹⁸

Ada lima alternatif jawaban yang digunakan dalam pemberian skor, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.5
Skor Alternatif Jawaban

Pernyataan Positif (+)		Pernyataan Negatif (-)	
Alternatif Jawaban	Skor	Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Ragu-Ragu (RG)	3	Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

⁹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi...* hlm. 119.

⁹⁸ *Ibid.*, hlm. 107.

Instrument penelitian yang baik diperlukan kisi-kisi instrument sebagai berikut:

Tabel 2.6
Kisi - Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Item
Label Halal	Gambar pada kemasan	Saya membeli karena terdapat label Halal MUI	1
	Pengetahuan mengenai label halal	Saya membeli karena saya tahu maksud dari label tersebut	2
		Label halal MUI menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk <i>skincare</i>	3
	Kepercayaan adanya label halal	Saya percaya produk <i>skincare</i> tersebut sudah diuji oleh BPOM	4
		Saya percaya bahwa adanya label halal MUI bahan yang digunakan aman untuk kulit	5
		Bahan yang dipakai sudah diuji kehalalannya sesuai dengan kadar penggunaan menurut LPPOM MUI	6
Brand Image (Citra Merek)	Kualitas produk	Harga sesuai dengan kualitas produk	1
		Saya membeli karena kemasan dan desain produk yang menarik	2
		Banyak pilihan dan jenis produk sesuai dengan	3

		kegunaan	
	Mudah dikenal dan diingat	Nama produk <i>skincare</i> yang dijual di Shopee mudah diingat dan dikenali kemasan maupun warnanya seperti Wardah, Emina, Garnier, dan lain-lain	4
	Ciri khas merek	Reputasi positif merek tersebut membuat saya percaya diri dalam menggunakan produk <i>skincare</i>	5
		Saya membeli produk karena adanya pengembangan inovasi untuk menciptakan produk baru untuk kulit	6
		Saya tertarik membeli produk karena sering melihat di televisi atau media sosial	7
Kelompok Referensi	Pembelian produk berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya	Saya membeli produk karena rekomendasi dari teman	1
		Testimoni dari konsumen lain membuat saya yakin membeli produk <i>skincare</i> tersebut	2
		Orang yang saya kenal mengajak membeli produk <i>skincare</i> tersebut	3
	Kredibilitas dari kelompok referensi	Saya membeli produk karena sudah dikenal banyak orang	4
		Saya membeli produk	5

		berdasarkan informasi dari orang yang saya percaya	
		Saya membeli produk karena menyukai orang yang menggunakan produk tersebut (selebgram, youtuber, dll)	6
	Produk sangat menarik perhatian	Saya membeli produk <i>skincare</i> karena edisi terbatas	7
Keputusan Pembelian	Pembelian produk sesuai kebutuhan	Saya membeli produk <i>skincare</i> di Shopee karena saya butuh	1
	Mencari informasi mengenai produk yang akan digunakan	Saya mencari informasi melalui <i>web</i> , sosial media, <i>influencer</i> , maupun orang-orang yang saya kenal	2
	Mencari beberapa alternatif sebagai perbandingan antarproduk	Saya mencari beberapa produk di berbagai toko di <i>Shopee</i> dengan memperhatikan kehalalan, merek, penilaian produk, dan jumlah pengguna untuk dijadikan perbandingan	3
	Pembelian produk <i>skincare</i>	Saya membeli karena produk sedang <i>trend</i>	4
	Mengutamakan manfaat atas produk yang dibeli	Saya membeli produk karena bermanfaat untuk merawat kulit	5
	Merasa puas dengan produk yang sudah dibeli	Saya merasa puas dengan produk yang saya beli	6
		Saya ingin melakukan <i>repeat</i>	7

		order produk <i>skincare</i> yang sudah pernah saya beli	
		Saya ingin merekomendasikan produk yang pernah saya beli ke teman-teman saya	8
	Mengutamakan manfaat atas produk yang dibeli	Saya membeli karena produk <i>skincare</i> tersebut bermanfaat untuk meminimalisir bekas jerawat yang ada di wajah	9
		Penggunaan secara teratur dan rutin akan bermanfaat untuk merawat kulit saya	10

Dalam pengumpulan data, instrument yang valid dan reliabel diharapkan hasil penelitian yang didapat juga valid dan reliabel. Berikut ini cara pengujian yang valid dan reliabel adalah:

1. Uji Validitas

Suatu skala disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.⁹⁹ Sekiranya peneliti menggunakan kuisisioner di dalam data penelitian, maka kuisisioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya atau data tersebut valid.¹⁰⁰ Teknik korelasi yang digunakan yaitu *pearson product moment correlation*. Perhitungan ini menggunakan aplikasi SPSS.

Adapun kriteria penilaian uji validitas yaitu:

⁹⁹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm 151.

¹⁰⁰ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1989), hlm 124.

- a. Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (pada signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 0,05). Maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Berikut ini hasil uji validitas menggunakan SPSS 25.0:

Tabel 2.7
Uji Validitas Label Halal (X_1)

No.	Item	Signifikansi	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1.	X1.P1	0,000	0,781	0,1946	Valid
2.	X1.P2	0,000	0,806	0,1946	Valid
3.	X1.P3	0,000	0,668	0,1946	Valid
4.	X1.P4	0,000	0,542	0,1946	Valid
5.	X1.P5	0,000	0,624	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.7 menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada variabel label halal (X_1) dinyatakan valid, yaitu nilai signifikansi dibawah 5% atau 0,05 dan $r_{hitung} > 0,1946$.

Tabel 2.8
Uji Validitas *Brand Image* (X_2)

No.	Item	Signifikansi	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1.	X2.P1	0,000	0,514	0,1946	Valid
2.	X2.P2	0,000	0,494	0,1946	Valid
3.	X2.P3	0,000	0,514	0,1946	Valid
4.	X2.P4	0,000	0,627	0,1946	Valid
5.	X2.P5	0,000	0,581	0,1946	Valid
6.	X2.P6	0,000	0,379	0,1946	Valid
7.	X2.P7	0,000	0,626	0,1946	Valid
8.	X2.P8	0,000	0,636	0,1946	Valid
9.	X2.P9	0,000	0,711	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.8 menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada variabel *brand image* (X_2) dinyatakan valid, yaitu nilai signifikansi dibawah 5% atau 0,05 dan $r_{hitung} > 0,1946$.

Tabel 2.9
Uji Validitas Kelompok Referensi (X_3)

No.	Item	Signifikansi	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1.	X3.P1	0,000	0,626	0,1946	Valid
2.	X3.P2	0,000	0,539	0,1946	Valid
3.	X3.P3	0,000	0,674	0,1946	Valid
4.	X3.P4	0,000	0,571	0,1946	Valid
5.	X3.P5	0,000	0,636	0,1946	Valid
6.	X3.P6	0,000	0,363	0,1946	Valid
7.	X3.P7	0,000	0,620	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.9 menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada variabel kelompok referensi (X_3) dinyatakan valid, yaitu nilai signifikansi dibawah 5% atau 0,05 dan $r_{hitung} > 0,1946$.

Tabel 2.10
Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No.	Item	Signifikansi	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1.	Y.P1	0,000	0,503	0,1946	Valid
2.	Y.P2	0,000	0,443	0,1946	Valid
3.	Y.P3	0,000	0,579	0,1946	Valid
4.	Y.P4	0,000	0,673	0,1946	Valid
5.	Y.P5	0,000	0,441	0,1946	Valid

6.	Y.P6	0,000	0,635	0,1946	Valid
7.	Y.P7	0,000	0,645	0,1946	Valid
8.	Y.P8	0,000	0,734	0,1946	Valid
9.	Y.P9	0,000	0,431	0,1946	Valid
10.	Y.P10	0,000	0,591	0,1946	Valid
11.	Y.P11	0,000	0,630	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.10 menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid, yaitu nilai signifikansi dibawah 5% atau 0,05 dan $r_{hitung} > 0,1946$.

Berdasarkan tabel 2.8, 2.9, 2.10, dan 2.11 menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} untuk setiap item pernyataan pada variabel label halal(X_1), brand image(X_2), kelompok referensi (X_3), dan keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,197. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item kuesioner pada variabel label halal (X_1), brand image (X_2), kelompok referensi (X_3), dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk menentukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dari seperangkat kuisisioner (instrument pengumpulan data) dipercaya. Oleh karena itu, uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas. Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap instrument atau kuisisioner yang memiliki validitas.¹⁰¹ Pengujian realibilitas ini akan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*.

¹⁰¹ Ulber Silalahi, *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Komunikatif*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2018), hlm. 29.

Perhitungan realibitas ini akan dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS. Adapun kriteria penilaiannya, yaitu:

- a. *Cronbach Alpha* > 0,60 maka reliabel
- b. *Cronbach Alpha* < 0,60 maka tidak reliabel

Adapun hasil uji reliabilitas dari setiap item pernyataan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	r_{tabel} 5%	Keterangan
Label Halal (X ₁)	0,707	0,60	Reliabel
<i>Brand Image</i> (X ₂)	0,666	0,60	Reliabel
Kelompok Referensi (X ₃)	0,634	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,770	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabael 2.11, hasil uji reliabilitas yang diperoleh pada setiap variabel menghasilkan nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Dengan demikian, semua item kuesioner pada variabel label halal (X₁), brand image (X₂), kelompok referensi (X₃), dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel.

F. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

Asumsi dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang mempunyai olah seperti distribusi normal, yakni distribusi tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan.¹⁰² Kriteria pengujian :

- 1) Angka signifikansi (SIG) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
- 2) Angka signifikansi (SIG) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

b. Uji Linearitas

Linearitas adalah keadaan dimana hubungan antara variabel dependen dan variabel independen bersifat linear (garis lurus) dalam range variabel independen tertentu.¹⁰³

2. Uji Asumsi Klasik

Asusmsi klasik merupakan persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik pada penelitian ini adalah:

a. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditentukan adanya korelasi antar-variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat *problem* Multikolinearitas

¹⁰² Singgih Santoso, *Statistik Multivariat dengan SPSS*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2017), hlm. 42.

¹⁰³ *Ibid.*, hlm. 50.

(Multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.¹⁰⁴

b. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik dapat menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak hanya mengumpul di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.¹⁰⁵ selain itu, penelitian ini juga menggunakan uji Spearman Rho. Uji Spearman Rho adalah mengkorelasikan nilai residual (unstandardized residual) dengan masing-masing independen, dengan ketentuan jika signifikansi korelasi lebih kecil dari 0,05 maka model terjadi masalah heterokedastisitas, dan sebaliknya jika signifikansi korelasi lebih besar dari 0,05 maka model tidak terjadi masalah heterokedastisitas.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2018), hlm. 195.

¹⁰⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi...* hlm. 177-178.

¹⁰⁶ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) untuk Analisis Data dan Uji Statistik*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 84.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah 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 atau generalisasi.¹⁰⁷ Analisis deskriptif merupakan bidang ilmu pengetahuan statistika yang mempelajari tata cara penyusunan dan penyajian data yang dikumpulkan dalam suatu penelitian, misalnya dalam bentuk tabel frekuensi atau grafik, dan selanjutnya dilakukan pengukuran nilai-nilai statistiknya seperti *arithmetic mean* dan standar deviasi.¹⁰⁸

2. Pengujian Hipotesis

a. Penentuan Hipotesis

1) H_{01} : Label halal (X_1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

H_{a1} : Label halal (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

2) H_{02} : *Brand image* (X_2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

H_{a2} : *Brand image* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi...* hlm. 169.

¹⁰⁸ Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi...* hlm. 287.

3) H_{03} : Kelompok referensi (X_3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

H_{a3} : Kelompok referensi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

4) H_{04} : Label halal (X_1), *brand image* (X_2), dan kelompok referensi (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

H_{a4} : Label halal (X_1), *brand image* (X_2), dan kelompok referensi (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

b. Uji Hipotesis 1-3

Dalam uji hipotesis 1-3, peneliti menggunakan alat analisis sebagai berikut:

1) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana bertujuan untuk menentukan hubungan antar dua variabel atau lebih. Dalam menguji validitas instrument penelitian digunakan korelasi *Product Moment* yang diolah melalui SPSS.

2) Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan tidak hanya mengukur derajat keceratan hubungan tetapi juga menduga

besarnya arah hubungan itu serta menduga besarnya variabel dependen jika nilai variabel independen diketahui.¹⁰⁹

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengandung arti bahwa besarnya persentase varian variabel yang satu ditentukan oleh varian variabel lain.¹¹⁰ Koefisien determinasi juga digunakan untuk mengukur kontribusi X dalam memprediksi Y. Untuk itu, menghitung seberapa jauh *error* prediksi Y dapat diperkecil bila menggunakan informasi yang tersedia pada X.¹¹¹

4) Uji Parsial (Uji T)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).¹¹²

c. Uji Hipotesis 4

Dalam uji hipotesis 1-3, peneliti menggunakan alat analisis sebagai berikut:

1) Korelasi Berganda

Korelasi berganda merupakan perhitungan statistik dengan adanya korelasi dari 2 variabel independen (X_1 dan X_2)

¹⁰⁹ Subana, Moersetyo Rahadi, dan Sudrajat, *Statistik Pendidik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2000), hlm. 138.

¹¹⁰ *Ibid.*, hlm. 137.

¹¹¹ McClave, Benson, dan Sinccich, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 201.

¹¹² *Ibid.*, hlm. 161.

dengan 1 variabel terikat (Y), fungsi dari korelasi ganda adalah untuk mencari besarnya hubungan dan kontribusi dua variabel bebas (X) atau lebih secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y).¹¹³

2) Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan perluasan dari regresi sederhana sebelumnya dimana terdapat satu respon variabel (dependen) dengan lebih dari satu *predictor variable*;. Dengan kata lain, analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen.¹¹⁴

3) Uji Simultan (Uji F)

Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) dimana jika nilai sig di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.¹¹⁵

4) Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui nilai *R Square* variabel dependen dan variabel independen secara simultan.

¹¹³ Jokhanan Kristiyono dan Suprihatin, *Statistika Ilmu Komunikasi Disertai Petunjuk Penggunaan Aplikasi SPSS Ver. 31*, (Yogyakarta: Expert, 2019), hlm. 87.

¹¹⁴ Hengky Latan, *Aplikasi Analisis Data Statistik untuk Ilmu Sosial Sains dengan Stata*, (Bandung, : Alfabeta, 2014), hlm. 200.

¹¹⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi...* hlm. 228.

H. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian kepada para pengguna *market place* Shopee secara umum baik laki-laki maupun perempuan yang beragama Islam untuk memperoleh data yang dibutuhkan sehingga variabel bebas (*dependent*) pada penelitian ini mampu mempengaruhi keputusan pembelian selaku variabel terikat (*independent*).

2. Jadwal Penelitian

Berikut ini jadwal penelitian yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 2.12
Jadwal Penelitian

No.	Jadwal Kegiatan	Periode							
		September 2021	Oktober 2021	November 2021	Desember 2021	Januari 2022	Februari 2022	Maret 2021	
1.	Pengajuan Judul Penelitian								
2.	Penyusunan Proposal Penelitian								
3.	Seminar Proposal Penelitian								
4.	Pelaksanaan: a. Pengumpulan data								

	b. Pengelolaan data c. Penganalisaan data							
5.	Pelaporan Hasil Penelitian							
6.	Sidang Skripsi							