

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.

3.1.1 Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date* (Siyoto & Sodik, 2015). Sumber data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner (angket) yang diberikan kepada konsumen yang melakukan pembelian produk di minimarket halalmart, kedai wakaf *coffee shop*, kewa *urban farm* Pusat Pengembangan Wakaf Produktif (P2WP) MUI Sumut.

3.1.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada, data ini diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara. Data sekunder berasal dari publikasi pihak ketiga. Sumber data sekunder diperoleh dari buku, buku elektronik, karya ilmiah, jurnal, data laporan penjualan dan pembeli di

Pusat Pengembangan Wakaf Produktif (P2WP) MUI Sumut, artikel internet, dan lain-lain.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Pusat Pengembangan Wakaf Produktif (P2WP) MUI Sumut yang beralamat di Jl. Majelis Ulama Sutomo Ujung Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara. Alasan pemilihan lokasi ini sebagai lokasi penelitian adalah karena P2WP MUI Sumut memiliki bisnis syariah yang digunakan untuk mengembangkan wakaf produktif dengan menjual berbagai macam produk halal dan bisnis ini mendukung konsep berwakaf untuk meningkatkan perekonomian umat. Selain itu adanya masalah pembeli yang jumlahnya masih belum terlalu banyak. Waktu penelitian dilakukan selama 4 bulan dimulai dari bulan Maret 2023 sampai bulan Juli 2023.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli yang melakukan pembelian disana. Jumlah populasi adalah jumlah pembeli di tahun 2022 yaitu sebanyak 2914 orang.

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

Tahun	2022											
Bulan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
Jumlah Pembeli	212	258	301	97	104	321	276	354	298	241	235	217
Total	2914											

Sumber : Data diolah

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2021). Sampel dari penelitian ini didapat menggunakan rumus Slovin di bawah ini:

$$n = \frac{N}{1+N} \quad \dots\dots\dots \text{Rumus 3.1}$$

$$n = \frac{2914}{1+2914(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2914}{1+29,14}$$

$$n = \frac{2914}{30,14}$$

$$n = 96,68$$

Atau dibulatkan menjadi 97 orang

Dimana :

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), sebesar 10%

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang. Sampel merupakan konsumen laki-laki maupun perempuan dengan berbagai macam variasi usia baik orang pribadi maupun organisasi yang melakukan pembelian Pusat Pengembangan Wakaf Produktif (P2WP) MUI Sumut.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* atau teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota. Dan jenis yang dipakai adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Jadi sampel pembeli di P2WP MUI Sumut diambil secara acak.

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Defenisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
<i>Tagline</i> “belanja sambil berwakaf” (Handayani, 2018)	<i>Tagline</i> merupakan suatu ungkapan pendek berisi pesan yang padat dan mudah diingat. Atau <i>tagline</i> adalah sederetan kalimat atau ungkapan kreatif yang mudah diingat dan mampu mempresentasikan seluruh pesan iklan dari suatu	1. <i>Familiarity</i>	1. Saya sudah mengetahui adanya <i>tagline</i> “belanja sambil berwakaf”. 2. <i>Tagline</i> “belanja sambil berwakaf” mudah untuk diingat.
		2. <i>Differentiation</i>	1. Adanya <i>tagline</i> “belanja sambil berwakaf” memberikan perbedaan yang baik daripada bisnis atau usaha yang lain. 2. <i>Tagline</i> “belanja sambil

Variabel Penelitian	Defenisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
	perusahaan kepada konsumen atau masyarakat, yang meliputi merek atau karakter produknya, dalam rangka proses penanaman konsep terhadap produk secara positif ke dalam benak masyarakat.		berwakaf” menjadi ciri khas bisnis yang dikelola Pusat Pengembangan Wakaf Produktif (P2WP) MUI Sumut.
		3. <i>Message of Value</i>	1. Saya mengetahui maksud pesan atau nilai positif yang disampaikan di dalam <i>tagline</i> “belanja sambil berwakaf” adalah untuk mengajak masyarakat untuk ikut berwakaf dengan melakukan pembelian di usaha yang dikelola oleh P2WP MUI Sumut , karena setiap rupiah yang dibelanjakan sudah termasuk berwakaf.
Media Sosial Instagram (Perwithasari & Kurniawan, 2022)	Media sosial instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video yang saat ini semakin populer dan bisa dijadikan alat untuk mempromosikan produk.	1. <i>Context</i> (Konteks)	1. Saya merasa postingan gambar maupun video yang disampaikan pada akun media sosial P2WP MUI Sumut @p2_wakafproduktif dan @wakafproduktif_muisumut mudah dimengerti, menarik dan bermanfaat.
		2. <i>Communcation</i> (Komunikasi)	1. Akun instagram P2WP MUI Sumut @p2_wakafproduktif dan @wakafproduktif_muisumut memberikan informasi yang saya butuhkan untuk mengetahui produk apa saja yang ada disana.
		3. <i>Collaboration</i> (Kolaborasi)	1. Akun Instagram @p2_wakafproduktif dan @wakafproduktif_muisumut sering melakukan kerja sama dengan UMKM syariah dengan membantu pemasaran melalui instagram.

Variabel Penelitian	Defenisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
		4. <i>Connection</i> (Koneksi)	1. Saya akan mengikuti akun instagram P2WP MUI Sumut @p2_wakafproduktif dan @wakafproduktif_muisumut. 2. Instagram P2WP MUI Sumut membangun hubungan dengan pembeli lewat fitur like, komen, dan Direct message / pesan pribadi.
<i>Word Of Mouth</i> (WOM) (Joesyiana, 2018)	<i>Word Of Mouth</i> adalah kegiatan memberikan informasi penilaian atau pandangan terhadap suatu produk barang atau jasa kepada orang-orang terdekat apakah produk atau jasa tersebut layak dikonsumsi atau tidak bagi para calon konsumen lainnya.	1. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain	1. Saya mendapat informasi yang positif tentang kelebihan P2WP MUI Sumut dan produk yang dijual disana dari orang yang saya kenal (keluarga, teman, tetangga, rekan, dan lain-lain) 2. Orang yang merekomendasikan kepada saya untuk berbelanja di P2WP MUI Sumut menceritakan secara spontan dan antusias tentang P2WP MUI Sumut dan produk yang dijual disana.
		2. Rekomendasi jasa dan produk perusahaan kepada orang lain	1. Saya menceritakan pengalaman baik yang saya dapatkan saat membeli di kedai wakaf kepada keluarga, teman, kerabat atau tetangga. 2. Saya menyarankan orang lain atau orang terdekat saya untuk berbelanja di P2WP MUI Sumut.

Variabel Penelitian	Defenisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
		3. Dorongan kepada teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk perusahaan.	1. Saya meyakinkan orang terdekat saya untuk berbelanja di P2WP MUI Sumut karena dengan berbelanja juga bisa sambil berwakaf untuk ikut memajukan ekonomi umat.
Pembelian Produk (Perwithasari & Kurniawan, 2022)	Keputusan pembelian adalah bagaimana seseorang memutuskan memilih, membeli, menggunakan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan.	1. Pilihan Produk	1. Saya memilih berbelanja di P2WP MUI Sumut karena produk yang saya butuhkan tersedia disana dan sudah terjamin status halalnya.
		2. Pilihan Merek	1. Saya membeli di P2WP MUI Sumut karena terdapat produk hasil produksi usaha yang dikelola P2WP MUI Sumut sendiri dan produk buatan UMKM yang sudah disertifikasi halal.
		3. Pilihan Penyalur	1. Saya membeli di P2WP MUI Sumut karena P2WP MUI Sumut dapat diandalkan sebagai bisnis / usaha syariah yang baik, berkualitas serta amanah dan tempatnya yang nyaman.
		4. Waktu Pembelian	1. Saya melakukan pembelian di P2WP MUI Sumut saat saya memerlukan produk tersebut atau hampir setiap hari atau minimal 1 kali
		5. Jumlah Pembelian	1. Saya membeli kebutuhan saya di P2WP MUI Sumut sesuai jumlah yang saya perlukan.

Sumber : Data diolah, 2023

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada 2 yaitu data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian ini ada 2 jenis kuesioner (angket) dan observasi.

3.5.1.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan atau pernyataan yang akan dijawab oleh responden. Kuesioner yang akan dijawab oleh responden dalam penelitian ini berbentuk pernyataan. Kuesioner disebarkan kepada pembeli di Pusat Pengembangan Wakaf Produktif (P2WP) MUI Sumut secara langsung. Kuesioner bersifat tertutup karena responden hanya akan memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang sudah disediakan oleh peneliti. Untuk pengukuran kuesioner digunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2021).

Skor skala *likert* yang dipakai untuk mengukur pendapat responden terhadap pernyataan variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skor Skala *Likert*

No	Keterangan	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3

4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2021

3.5.1.2 Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Jenis observasi yang dilakukan adalah observasi non partisipan dimana peneliti hanya sebagai pengamat independen dan tidak terlibat dengan aktivitas orang maupun hal yang sedang diamati. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati pembeli di P2WP MUI Sumut yang didominasi oleh pembeli laki-laki dan sebagian besar merupakan orang-orang dari MUI Sumut, LPPOM MUI Sumut, para mahasiswa Perguruan Tinggi Kader Ulama (PTKU) MUI Sumut, Mahasiswa UINSU, dan ada juga masyarakat umum dari luar kawasan lingkungan MUI Sumut. Jumlah pembeli pun bisa dikatakan belum terlalu banyak. Suasana kedai wakaf bersih dan nyaman. Produk yang dijual disana sudah dijamin halal dan untuk makanan dan minuman kemasan sudah memiliki label halal.

3.5.2 Data Sekunder

3.5.2.1 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah lalu yang dikumpulkan kembali oleh seorang peneliti untuk kemudian dijadikan sebagai sumber data (Purwato, 2018). Dokumentasi dikumpulkan atau dituliskan dalam bentuk kutipan-kutipan dalam bentuk analisis kritis dari peneliti.

Untuk memperoleh data sekunder peneliti mendapatkannya melalui buku-buku (buku cetak dan buku elektronik), jurnal, skripsi atau penelitian terdahulu, artikel internet yang berhubungan dengan penelitian, dan juga data dokumen laporan penjualan dan pembeli dari P2WP MUI Sumut.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan suatu instrumen. Dikatakan valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2021). Uji validitas ini menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Menurut (Sugiyono, 2021) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur atau mendapatkan data itu benar. Untuk mengukur kevalidan kuesioner dapat dihitung dengan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor variabel. Berikut rumus untuk menguji validitas dengan korelasi *Pearson Product Moment* atau *Bivariate Correlation Pearson* (Sihabudin et al., 2021) :

$$R_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.2}$$

Dimana :

R_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y

X : variabel x (butir pernyataan)

Y : variabel y (skor total)

N : Jumlah individu dalam sampel

Untuk menentukan valid atau tidaknya item pernyataan maka dilakukan dengan membandingkan antar r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan nilai adalah signifikansi yang dipakai adalah 5% atau 0,05.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah :

- a. Jika nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$, maka item pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas diartikan sebagai konsistensi dari sebuah metode dan hasil penelitian. Menurut (Budiastuti & Bandur, 2018) reliabilitas adalah konsistensi sebuah hasil penelitian dengan menggunakan berbagai metode penelitian dalam kondisi (tempat dan waktu) yang berbeda. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2021), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Cronhbach Alpha* karena instrumen penelitian ini berbentuk kuesioner.

Rumus *Cronhbach Alpha* yaitu :

$$R_n = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right] \dots\dots\dots \text{Rumus 3.3}$$

Dimana :

R_n : Relatif Instrumen

K : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian butir

σ^2 : Varians total

Uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan. Kriteria pengambilan keputusan dalam menentukan suatu instrumen dikatakan reliabel atau tidak adalah:

- a. Jika nilai *Cronhbach Alpha* $> 0,60$ maka instrumen penelitian dikatakan reliabel
- b. Jika nilai *Cronhbach Alpha* $< 0,60$ maka instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel.

Sedangkan menurut (Ghozali, 2016), jika pengujian dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* maka kriteria pengambilan keputusan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai R	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : (Ghozali, 2016)

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data berasal dari hasil pengumpulan data. Analisis data disebut juga pengolahan data atau penafsiran data. Dalam analisis data yang dilakukan adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden,

mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis (Siyoto & Sodik, 2015).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Purnomo, 2016). Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus / linear antara variabel dependen dengan masing-masing variabel independennya (Janie, 2012).

Adapun rumus untuk analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots \text{Rumus 3.4}$$

Dimana :

Y : Pembelian sebagai variabel dependen

α : Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$: Koefisien regresi variabel independen

X_1 : *Tagline* “Belanja Sambil Berwakaf”

X_2 : Media Sosial Instagram

X_3 : *Word Of Mouth*

e : Error term (standar eror)

Dalam proses pengolahan data ini, peneliti menggunakan bantuan aplikasi komputer dengan *software* SPSS versi 18 untuk memudahkan pengolahan data.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui pola dan varian serta kelinearitasan dari suatu data atau populasi normal atau tidak. Atau untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linear berganda terbebas dari penyimpangan. Terdapat 3 jenis uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018 h.161) dalam (Junaidi & Meirisa, 2021), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut (Santoso, 2017), Uji normalitas adalah untuk mengetahui sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan analisis grafik *normal probability plot*. Dalam pendekatan ini nilai residual terdistribusi secara normal apabila garis/ titik-titik yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya. Rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah rumus *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut :

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n_1+n_2}}{n_1 n_2} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.5}$$

Dimana :

KD : Jumlah *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

n1 : Jumlah sampel yang diperoleh

n2 : Jumlah sampel yang diharapkan

Tingkat kepercayaan yang dipakai adalah 5% atau 0,05. Ketentuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak adalah:

- a. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka distribusi dapat dikatakan normal.
- b. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka distribusi dikatakan tidak normal.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Widana & Muliani, 2020) uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam suatu penelitian memiliki unsur-unsur yang sama. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Apabila ditemukan adanya hubungan korelasi yang tinggi antar variabel bebas maka dinyatakan adanya gejala multikolinearitas. Untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi maka digunakan matriks korelasi variabel-variabel bebas, juga dapat melihat nilai *Variance Inflation Factor*

(VIF) dan nilai *Tolerance* (Widana & Muliani, 2020). Rumus yang dipakai adalah :

$$Tolerance = 1 - R_j^2 \dots\dots\dots Rumus 3.6$$

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \text{ atau } VIF = \frac{1}{1 - R_j^2} \dots\dots\dots Rumus 3.7$$

Dimana :

VIF : *Variance Inflation Factor*

R_j^2 : Koefisien determinasi antara x_j dengan variabel bebas lainnya pada persamaan / model dugaan

Ketentuan untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak adalah:

- a. Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi
- b. Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Purnomo, 2016). Uji ini bertujuan untuk

mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2011). Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap maka disebut homokedastisitas, sebaliknya jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji ini dapat dilakukan dengan metode *Scatter Plot* dan Uji *Glejser*

1. Uji *Scatter Plot*

Menurut (Ghozali, 2011), dalam metode ini melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji *Glejser*

Menurut (Purnomo, 2016) uji ini dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Dasar pengambilan keputusan dalam uji seperti dijelaskan dalam (Widana & Muliani, 2020) adalah :

- a. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah Heterokedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $< 0,05$ maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Uji T (Uji Parsial)

Menurut (Ghozali, 2011) Uji statistik t menguji pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen *Tagline* (X1), Media Sosial Instagram (X2), dan *Word Of Mouth* (X3) terhadap variabel dependen yaitu Pembelian produk (Y). Adapun persamaan Uji t menurut Sugiyono (2021) adalah sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.8}$$

Dimana :

- t : Distribusi t
- r : Koefisien korelasi parsial
- r^2 : Koefisien determinan
- n : Jumlah data

Hipotesis akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan :

- a. H_0 akan diterima dan H_a ditolak jika nilai signifikansi $> 0,05$
- b. H_0 akan ditolak dan H_a diterima jika nilai signifikansi $< 0,05$

Atau :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, atau variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Ghozali, 2011), Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji f atau uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji f dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh *Tagline* “belanja sambil berwakaf”, Media Sosial Instagram, dan *Word Of Mouth* secara bersama-sama terhadap pembelian produk. Adapun rumus untuk uji f adalah sebagai berikut (Sihabudin et al., 2021):

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.9}$$

Dimana :

F_h : Nilai f_{hitung}

R^2 : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

f_{hitung} akan dibandingkan dengan f_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau dengan *degree freedom* = $k (n-k-1)$ dengan kriteria :

- a. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, atau variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2011), uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots \text{Rumus 3.10}$$

KD : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien korelasi

Kriteria untuk melakukan analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika KD mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika KD mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.