

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data pada penelitian ada dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun mengenai penjelasan kedua data tersebut adalah sebagai berikut :

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya (Hardani, 2020). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan pegawai toko dan menggunakan jawaban survei melalui kuesioner yang berisi pernyataan yang dibagikan secara langsung kepada responden yaitu konsumen muslim di Toko Lollipop Kosmetik Medan.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui berbagai sumber kepustakaan yang ada ada (Dr. Sandu Siyoto, 2015). Data sekunder didapatkan bukan melalui pihak pertama melainkan dari publikasi pihak ketiga. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan berbentuk dokumentasi yang diperoleh dari sumber studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel internet, skripsi, buku (buku cetak dan elektronik), laporan penjualan Toko Lollipop Kosmetik, serta sumber kepustakaan lainnya.

### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Toko Lollipop Kosmetik yang beralamat di Jalan Tuasan No.178A, Sidorejo Hilir, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Alasan pemilihan lokasi adalah karena di Toko Lollipop Kosmetik menjual berbagai merek produk kosmetik dan berbagai jenis produk yang viral di sosial media juga tersedia di toko ini. Waktu yang digunakan dalam penelitian yaitu pada bulan Maret 2023 hingga selesai.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian dengan karakteristik dan ciri yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti sebagai sumber data dan kemudian mengambil kesimpulan berdasarkan data yang dikumpulkan (Lubis, 2021). Berdasarkan laporan dari pegawai toko, populasi pada penelitian ini berjumlah 9.907 konsumen, yang diambil berdasarkan rata-rata jumlah konsumen setiap bulannya yang ada di Toko Lollipop Kosmetik Medan. Konsumen disini merupakan pembeli dan pengguna *liptint Barenbliss*.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan metode tertentu dan sesuai prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Arman Hadi Abdul Manaf, 2019). Bila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini, penetapan sampel dilakukan melalui metode *Accidental* dengan *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang ditemui sesuai dengan pertimbangan dan kriteria-kriteria yang dibuat oleh penulis (Meidatuzzahra, 2019). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : konsumen di toko Lollipop Kosmetik Medan dan pengguna *liptint Barenbliss*.

Berdasarkan perhitungan diatas dan berdasarkan buku Tukiran Taniredja yang berjudul “*Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*” yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian antara 30 sampai 500 responden, maka penulis memutuskan untuk mengambil jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jumlah sampel ini diambil untuk mengefisiensi waktu, tenaga dan juga biaya (Mustafidah, 2021).

### 3.4 Definisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel

**Tabel 3.1**

**Definisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel**

| <b>Variabel Penelitian</b>  | <b>Definisi Operasional</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Indikator</b>                | <b>Item Pernyataan</b>                                                                                                                                      |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Logo Halal<br>(Hamid, 2021) | Logo halal merupakan bukti tertulis atas pemberian tanda halal dengan tulisan “Halal” dalam huruf Arab, huruf lain maupun kode sebagai jaminan produk yang halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud telah halal untuk dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah. | 1. Gambar                       | 1. Saya selalu memeriksa ada atau tidaknya logo halal di produk kosmetik yang akan saya beli                                                                |
|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2. Tulisan                      | 1. Adanya tulisan halal yang terdapat pada logo halal membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian kosmetik                       |
|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 3. Kombinasi gambar dan tulisan | 1. Saya mengetahui bahwa logo halal merupakan gabungan dari gambar dan tulisan<br><br>2. Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk kosmetik |
|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4. Menempel pada kemasan        | 1. Saya mengetahui dengan jelas dimana letak logo halal pada setiap produk kosmetik yang akan saya beli                                                     |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |            |                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |            | <p>2. Karena terdapat pada kemasan, logo halal mempermudah saya dalam mengetahui informasi dan keyakinan akan kualitas sebuah produk</p> <p>3. Saya lebih memilih produk kosmetik yang memiliki logo halal</p>                                                 |
| <p>Atribut BPOM<br/>(Sukoco, 2018).</p> | <p>Atribut BPOM terdiri dari logo, kode nomor seri dan juga barcode yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap produk yang sudah terjamin keamanan, mutu dan kualitasnya karena sudah lolos pada proses audit keamanan produk berdasarkan sisi pandang kesehatan, mulai dari bahan, zat atau kandungan, hingga proses dan alat produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk.</p> | 1. Gambar  | <p>1. Saya mengetahui atribut BPOM pada produk kosmetik</p> <p>2. Kode nomor seri, dan barcode BPOM pada produk kosmetik dapat terlihat dengan jelas</p> <p>3. Saya selalu memeriksa ada atau tidaknya atribut BPOM di produk kosmetik yang akan saya beli</p> |
|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2. Tulisan | <p>Adanya atribut BPOM yang terdapat pada kemasan produk membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian kosmetik</p>                                                                                                                   |

|                                                |                                                                                                                                                                                                               |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                |                                                                                                                                                                                                               | 3. Kombinasi gambar dan tulisan | <p>1. Saya mengetahui bahwa atribut BPOM merupakan gabungan dari gambar dan tulisan</p> <p>2. Atribut BPOM menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk kosmetik</p>                                                                                                                                                              |
|                                                |                                                                                                                                                                                                               | 4. Menempel pada kemasan        | <p>1. Saya mengetahui dengan jelas dimana letak atribut BPOM pada setiap produk kosmetik yang akan saya beli</p> <p>2. Karena terdapat pada kemasan, atribut BPOM mempermudah saya dalam mengetahui informasi dan keyakinan akan kualitas sebuah produk</p> <p>3. Saya lebih memilih produk kosmetik yang memiliki atribut BPOM</p> |
| <i>Electronic Word of Mouth</i> (Tingga, 2022) | <i>Electronic Word of Mouth</i> menurut Hennig-Thurau, Gwinner, Walsh, Gremler merupakan pernyataan positif dan negatif dari pelanggan potensial, pelanggan actual, dan mantan pelanggan yang didasarkan pada | 1. <i>Intensity</i>             | <p>1. Saya sering mengakses informasi mengenai <i>liptint Barenbliss</i> di media sosial</p> <p>2. Saya sering berinteraksi dengan pengguna yang lain mengenai <i>liptint</i></p>                                                                                                                                                   |

|  |                                                                                                                        |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | pengalaman konsumen mengenai suatu produk atau perusahaan yang kemudian disebarkan kepada orang lain melalui internet. |                              | <p><i>Barenbliss</i> di media sosial</p> <p>3. Saya sering menulis <i>review</i> mengenai <i>liptint Barenbliss</i> yang sudah digunakan di media sosial</p> <p>4. Saya sering membaca <i>review</i> yang diberikan oleh pengguna lain mengenai <i>liptint Barenbliss</i> di media sosial</p>                                                                              |
|  |                                                                                                                        | 2. <i>Valence of Opinion</i> | <p>1. Saya mempertimbangkan komentar positif dan negatif dari pengguna lain mengenai <i>liptint Barenbliss</i> di media sosial</p> <p>2. Saya memberikan testimoni kepada pengguna yang lain mengenai <i>liptint Barenbliss</i> di media sosial</p> <p>3. Saya mempertimbangkan rekomendasi dari pengguna yang lain mengenai <i>liptint Barenbliss</i> di media sosial</p> |

|                                                  |                                                                                                                     |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                  |                                                                                                                     |                        | 4. Saya merekomendasikan <i>liptint Barenbliss</i> kepada orang lain di media sosial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                  |                                                                                                                     | 3. <i>Content</i>      | <p>1. Menurut saya akun sosial media <i>Barenbliss</i> memberikan informasi yang lengkap mengenai produk-produk <i>Barenbliss</i> di media sosial</p> <p>2. Saya mengetahui kegunaan dan varian dari <i>liptint Barenbliss</i> melalui media sosial</p> <p>3. Menurut saya akun sosial media <i>Barenbliss</i> memberikan informasi yang lengkap mengenai bahan dan kandungan dari <i>liptint Barenbliss</i></p> <p>4. Menurut saya akun sosial media <i>Barenbliss</i> memberikan informasi yang lengkap mengenai kegunaan dan manfaat dari <i>liptint Barenbliss</i></p> |
| Keputusan Pembelian<br>(Kotler & Armstrong 2012) | Keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2012) adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang | 1. Pengenalan masalah  | 1. Saya memilih <i>liptint Barenbliss</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                  |                                                                                                                     | 2. Pencarian informasi | 1. Dengan berbagai informasi yang tertera di media sosial membantu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|  |                                                                                 |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak sebelum melakukan pembelian. |                        | <p>saya dalam memilih produk kosmetik</p> <p>2. Saya selalu memeriksa ada atau tidaknya logo halal pada produk kosmetik</p> <p>3. Saya selalu memeriksa ada atau tidaknya atribut BPOM pada produk kosmetik</p> <p>4. Saya membaca <i>review</i> dari orang lain mengenai produk kosmetik di media sosial sebelum memutuskan membeli</p> |
|  |                                                                                 | 3. Evaluasi alternatif | <p>1. Saya memilih produk kosmetik dari merek ternama yang sedang viral</p> <p>2. Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli <i>liptint Barenbliss</i></p> <p>3. Atribut BPOM menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk kosmetik</p> <p>4. Saya memilih penjual yang memiliki reputasi baik</p>                             |

|  |  |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|--|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | 4. Keputusan pembelian      | <p>1. Saya membeli <i>liptint Barenbliss</i> karena terdapat logo halal pada kemasan</p> <p>2. Saya membeli <i>liptint Barenbliss</i> karena terdapat atribut BPOM pada kemasan</p> <p>3. Saya membeli <i>liptint Barenbliss</i> setelah mempertimbangkan review dari orang lain</p>                                       |
|  |  | 5. Perilaku pasca pembelian | <p>1. Saya akan merekomendasikan <i>liptint Barenbliss</i> yang telah saya gunakan kepada teman, keluarga dan orang lain melalui media sosial</p> <p>2. Saya akan melakukan pembelian ulang <i>liptint Barenbliss</i></p> <p>3. Saya akan memberikan review mengenai <i>liptint Barenbliss</i> yang sudah saya gunakan</p> |

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

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

#### 1) Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Hal ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh Logo Halal, Atribut BPOM dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian masyarakat. Teknik pengumpulan data yang diperlukan yaitu dengan cara mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan langsung kepada konsumen Muslim Toko Lollipop Kosmetik Medan.

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2013) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti. Data yang diperoleh dari skala tersebut berupa data interval. Penelitian untuk masing-masing variabel menggunakan pilihan respon skala lima dengan jawaban pernyataan bersifat positif, skor jawaban tersebut adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Skala *Likert***

| <b>No.</b> | <b>Jenis Jawaban</b>      | <b>Skor</b> |
|------------|---------------------------|-------------|
| 1          | SS = Sangat Setuju        | 5           |
| 2          | S = Setuju                | 4           |
| 3          | N = Netral                | 3           |
| 4          | TS = Tidak Setuju         | 2           |
| 5          | STS = Sangat Tidak Setuju | 1           |

Sumber : Data diolah

## 2) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan tujuan untuk mengamati berbagai fenomena atau situasi/kondisi yang terjadi. Observasi sebagai teknik pengumpulan data memiliki ciri yang spesifik jika dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner.

Pada wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas dengan orang saja, namun juga objek-objek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi ini digunakan apabila penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2013).

## 3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode penghimpunan data yang ditujukan secara tidak langsung pada subjek yang diteliti. Dokumentasi bisa berbentuk

tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain (Hardani S. , 2020).

### 3.6 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan kevalidan setiap item pernyataan yang digunakan di dalam penelitian (Hatmawan, 2020). Dalam penentuan valid atau tidaknya item digunakan, kegiatan yang harus dilakukan adalah dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dimana taraf signifikan yang digunakan adalah 0,05 dengan  $N = 100$ . Maka uji validitas dilakukan menggunakan bantuan software SPSS (Riskha Amalia, 2022).

Kriteria berikut ini akan menentukan valid atau tidaknya suatu penelitian (Anggraheni, 2022) :

- 1) Jika  $R_{hitung} > R_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika  $R_{hitung} < R_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Validitas sebuah pernyataan dapat diukur dengan perhitungan koefisien korelasi, dimana perhitungan ini juga dipergunakan sebagai penentu layak tidaknya pernyataan tersebut.

Uji validitas dapat dilaksanakan dengan menggunakan rumus *corelasi product moment* dari Karl Pearson, yaitu (Nabilla, 2023) :

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan :

- R : koefisien validitas tem yang dicari
- N : jumlah responden
- XY : skor rata-rata dari X dan Y
- X : skor responden untuk setiap item
- $\Sigma$  : Jumlah skor dalam distribusi X
- $\Sigma Y$  : Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\Sigma X^2$  : Jumlah kuadrat masing- masing skor X

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Ahmad Fauzi, 2022) . Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan ataupun pernyataan yang digunakan serta seberapa konstan responden ketika memberi jawaban atas pertanyaan tentang variabel yang telah disusun dalam kuesioner.

Uji reliabilitas dapat dilaksanakan dengan menggunakan rumus uji *cronbach alpha*, yaitu (Fitriyanti, 2022) :

$$a = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum S_{yi}^2}{S_{x-tot}}\right)$$

Keterangan :

- a : Koefisien Reliabilitas  
 K : Total Unit Pertanyaan yang dinilai  
 $\sum S^2 n$  : Total Varian Belahan dalam Tes  
 $Sx - tot$  : Varian Skor Total

Adapun teknik atau cara guna menguji reliabilitas suatu data yakni penggunaan metode *Alpha Cronbach*, yakni dipakai sebagai penentu reliabel tidaknya suatu data. Jika diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka data yang dihasilkan dikatakan reliabel, sedangkan apabila diperoleh nilai dari *Cronbach Alpha* mempunyai angka < 0,60, artinya instrument itu masuk kategori tidak reliable (Darma, 2023).

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Data yang baik adalah data yang memiliki

distribusi data normal atau mendekati normal, yakni yang bentuknya tidak menceng ke kanan atau ke kiri. Ketika data variabel tidak berdistribusi dengan normal, tentunya perolehan hasil uji statistiknya pun makin menurun. Berikut ini dasar pengambilan keputusan, jika data dinyatakan berdistribusi normal apabila titik-titik terdistribusi di sekitar garis serta mengikuti diagonal, tentunya nilai tersebut dinyatakan berdistribusi secara normal. (Santoso, 2019).

Pengujian untuk menentukan data terdistribusi normal atau tidak, digunakan cara uji statistik non-parametrik. Uji non-parametrik yang digunakan yaitu uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (1-Sample K-S). Rumus uji *Kolmogorov-Smirnov* menurut (Sugiono, 2013) yaitu sebagai berikut :

$$KD : 1,36 \frac{n1 + n2}{n1 n2}$$

Keterangan :

KD = Jumlah Kolmogorov-Smirnov yang dicari

n1 = Jumlah Sampel yang diperoleh

n2 = Jumlah Sampel yang diharapkan

Adapun ketentuannya taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 (5%). Apabila perolehan nilai signifikansinya diatas 0,05, artinya data berdistribusi normal. Namun, apabila perolehan nilai signifikansi dibawah 0,05, artinya data tidak terdistribusi dengan normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi linear berganda. model regresi dikatakan baik apabila tidak memiliki gejala multikolinearitas, yaitu adanya korelasi yang signifikan antar variabel independen. Pada penelitian ini digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* sebagai indikator ada atau tidaknya Multikolinearitas diantara variabel bebas. Apabila besarnya perolehan VIF bernilai di bawah 10 serta besarnya Tolerance  $> 0,1$ , artinya dalam data itu dinyatakan tidak terdapat multikolinearitas (Nugraha, 2022).

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam (Yasa, 2023), Ghozali (2013) berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas, yaitu terdapat kesamaan varians dari residual antar pengamatan.

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji *Glejser*, dimana perhitungan ini dapat menggunakan metode regresi antara variabel bebasnya dengan perolehan nilai mutlak residualnya. Model regresi dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas apabila signifikansi variabel bebas  $>$  dari 5% atau 0,5 (Duli, 2019).

### 3.7.2 Analisis Data

#### 1) Analisis Regresi Linier Berganda

Metode Regresi Linier Berganda merupakan alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Dalam penelitian yang akan dilakukan dengan uji analisis regresi linier berganda mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel Logo Halal (X1), Logo BPOM (X2), *Electronic Word of Mouth* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Rumus yang digunakan dari regresi linier berganda yaitu :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian (Variabel Dependen)

a : Konstanta

b1 : Koefisiensi regresi untuk X1

b2 : Koefisiensi regresi untuk X2

b3 : Koefisiensi regresi untuk X3

X1 : Logo Halal (Variabel Independen)

X2 : Atribut BPOM (Variabel Independen)

X3 : *Electronic Word of Mouth* (Variabel Independen)

e : Standar error

### 3.7.3 Uji Hipotesis

#### 1) Uji T (Parsial)

Uji T merupakan bentuk uji statistik yang berguna untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam menguji bagaimana pengaruh satu variabel bebas secara parsial dalam menjelaskan variabel terikatnya. Pengujian tersebut menggunakan satu ataupun lebih variabel bebas. Perhitungan uji T dilakukan dengan menguji ukuran ataupun tingkat signifikansi variabel *Thitung*. Untuk menghitung *Thitung* digunakan rumus seperti berikut :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

T : nilai uji t

r : koefisien relasi

r<sup>2</sup> : koefisien determinasi

n : jumlah sampel yang diobservasi

Berikut ini adalah ketentuan untuk pengambilan kesimpulan uji T :

- 1) Apabila nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima, artinya terdapat pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Selain membandingkan nilai  $T$  hitung dengan  $T$  tabel, untuk memutuskan  $H_0$  ditolak atau diterima bisa dengan melihat besarnya nilai signifikansi apakah  $> 5\%$  (0,05) atau  $< 5\%$  (0,05) (Rahmawati, 2022).

## 2) Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan digunakan untuk menguji apakah variabel independen benar- benar memberikan kontribusi terhadap variabel dependen dengan kriteria pengujiannya yaitu tingkat kesalahan atau yang biasa disebut dengan taraf signifikansi 0,05 atau  $\alpha = 5\%$  (Anggraheni, 2022). Rumus uji simultan menurut (Sugiono, 2010) adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  : Koefesien Determinasi

$K$  : jumlah variabel independen

$N$  : jumlah data atau kasus

$F$  : Hasil perhitungan ini dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikan level 5%

Perhitungan uji simultan ini melalui proses perbandingan antara nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Adapun dasar ketentuan diantaranya yakni:

- 1) Apabila besarnya  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya ( $H_0$ ) ditolak sedangkan ( $H_a$ ) diterima, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel (X) secara bersama-sama terhadap variabel (Y).
- 2) Apabila besarnya  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , artinya ( $H_0$ ) diterima sedangkan ( $H_a$ ) ditolak, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel (X) secara bersama-sama terhadap variabel (Y).
- 3) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tujuan dari Koefisien Determinasi adalah agar mampu mengukur seberapa jauh kemampuan dari variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat secara bersama-sama. Adjusted R Square adalah koefisien determinasi yang disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, sehingga dapat mengurangi unsur kecenderungan jika terdapat penambahan variabel maupun penambahan ukuran sampel.

Apabila nilai ( $R^2$ ) lebih mendekati nol artinya pengaruh dari semua variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil dan apabila nilai ( $R^2$ ) lebih mendekati nilai satu artinya pengaruhnya semakin besar. Nilai koefisien determinasi diinterpretasikan sebagai proporsi dari varian variabel dependen, bahwa variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel independen sebesar nilai koefisien determinasi tersebut tersebut (Sari, 2019).

Rumus uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

- R : Jumlah Koefisien
- $\sum x$  : Total Variabel X
- $\sum xy$  : Hasil dari Variabel X dikalikan variabel Y
- $(\sum x^2)$  : Hasil Kelipatan Variabel X
- $(\sum x)^2$  : Hasil Kelipatan Total Variabel X
- $(\sum y^2)$  : Hasil Kelipatan Variabel Y
- $(\sum y)^2$  : Jumlah Kelipatan Total Variabel Y
- n : Total Variabel Y serta X