

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dan asosiatif. Menurut Sugiyono (2021:65), penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian dimana metode pemecahan masalah menggunakan data berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik. Sedangkan menurut Sugiyono (2021:67), penelitian asosiatif adalah penelitian yang ditujukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak antara variabel independen dan dependen dan apabila ada seberapa erat pengaruh atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh hubungan itu.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan yang dibagikan secara langsung kepada responden yaitu konsumen di Toko Rabbani Medan. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber kepustakaan yang ada seperti dari *google scholar*, buku, artikel internet, skripsi dan jurnal.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Toko Rabbani Sisingamangaraja

yang terletak di jalan Sisingamangaraja No. 9 C-F, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Sedangkan waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juni sampai dengan September 2024. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Minggu																			
		Mei				Jun				Jul				Ags				Sep			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																				
2	Penyusunan Proposal																				
3	Bimbingan Proposal																				
4	Seminar Proposal																				
5	Penyusunan Skripsi																				
6	Bimbingan Skripsi																				
7	Sidang Meja Hijau																				

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen Toko Rabbani Medan pada bulan April 2024 yang berjumlah 1.071 konsumen.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2021), sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak

mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk seluruh populasi”.

Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} \text{ (Sugiyono, 2021)}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Tingkat kesalahan pengambilan sampel (10%)

Berdasarkan rumus Slovin di atas, untuk menentukan jumlah sampel penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1071}{1 + 1071 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1071}{1 + 1071 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{1071}{1 + 10,71}$$

$$n = \frac{1071}{11,71}$$

n = 91,5 dibulatkan menjadi 92 konsumen

Adapun teknik penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2021), *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dimaksudkan dalam pemilihan responden memiliki ciri-ciri tertentu yang erat dengan populasi, dalam penelitian ini yaitu setiap konsumen yang melakukan pembelian produk Toko Rabbani Medan pada bulan April 2024.

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel

Menurut (Sugiyono, 2021), variabel penelitian adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa aja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu “Pengaruh Halal *Lifestyle*, Halal *Knowledge* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Brand Rabbani, maka penulis mengelompokan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel indepen (X) dan variabel dependen (Y).

3.4.1 Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (X) sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *abtecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2021).

Adapun variable bebas dalam penelitian ini terdiri dari *Halal Lifestyle* (X_1), *Halal Knowledge* (X_2), dan Promosi (X_3).

2. Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2021). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Untuk lebih memahami definisi operasional penelitian ini dapat dipahami dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1.	<i>Halal Lifestyle</i> (X_1)	<i>Halal lifestyle</i> di atas dapat disimpulkan bahwa <i>halal lifestyle</i> adalah kebiasaan atau perilaku seseorang dalam kehidupan sehari yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam, baik dalam aspek mengkonsumsi makanan dan minuman, memakai pakaian dan aksesorisnya, maupun penggunaan produk lainnya (A. W. Sari & Susilo, 2023)	1. Kegiatan (<i>Activity</i>) 2. Minat (<i>Interest</i>) 3. Opini (<i>Opinion</i>) (Mowen & Minor, 2020)	<i>Likert</i>
2.	<i>Halal Knowledge</i> (X_2)	<i>Halal knowledge</i> adalah bentuk pemahaman seseorang pada saat mengonsumsi dan menggunakan produk yang diperbolehkan untuk dikonsumsi atau digunakan sesuai dengan syariat Islam. (Achmad & Fikriyah, 2021)	1. Tingkat pengetahuan yang dimiliki konsumen 2. Informasi mengenai produk yang tersimpan dalam ingatan 3. Pengetahuan yang dimiliki konsumen berdasarkan penggunaan produk (Zuhriyah et al., 2020)	<i>Likert</i>
3	Promosi (X_3)	promosi penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan permintaan	1. Periklanan (<i>advertising</i>) 2. Penjualan pribadi (<i>personal selling</i>)	<i>Likert</i>

		konsumen terhadap suatu produk. (Mursid, 2019)	3.Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) 4.Pemasaran langsung (<i>direct marketing</i>) 5.Publisitas (<i>publicity</i>) (Kotler & Armstrong, 2019)	
4.	Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu tahapan dalam proses dimana konsumen membuat keputusan untuk membeli berbagai produk dan merek yang dimulai dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi informasi, membuat pembelian dan kemudian mengevaluasi keputusan setelah membeli. (Kotler & Keller, 2022)	1.Adanya informasi produk 2.Menyukai suatu merek 3.Memenuhi kebutuhan 4.Adanya rekomendasi dari orang lain (Maryati & M. Khoiri, 2021)	<i>Likert</i>

Sumber: Data Diolah, 2024.

3.4.2 Aspek Pengukuran Variabel

Adapun aspek pengukuran variabel penelitian ini dilakukan dengan mengkonversi jawaban konsumen ke dalam skala *likert* yang terdapat dalam kuisioner variabel penelitian. Adapun ketentuan konversi jawaban konsumen dapat diukur dengan mengacu pada tabel berikut ini:

Tabel. 3.3
Tabel Skala *Likert*

No	Pertanyaan	Skor Positif	Skor Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Data Diolah, 2024.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan instrument pengumpulan data adalah faktor

penting dalam keberhasilan suatu penelitian. Hal ini berkaitan tentang bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan alat apa saja yang akan digunakan dalam melakukan penelitian. Metode pengumpulan data merupakan teknik ataupun cara yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi, dan lain sebagainya.

Sedangkan instrument pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, karena berupa alat, maka instrument dapat berupa lembar *cek list*, kuesioner (angka terbuka/tertutup), pedoman wawancara dan lainnya.

Adapun instrumen pengumpulan data penelitian ini terdiri dari beberapa jenis, yaitu:

1. Lembar Wawancara (*Interview*), yaitu suatu instrumen tanya jawab dengan pihak yang mempunyai wewenang untuk memberikan data yang dibutuhkan.
2. Lembar Observasi (Pengamatan), yaitu suatu instrumen lembaran tertulis tentang acuan aspek pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.
3. Lembar Kuisisioner, yaitu suatu instrumen berupa lembar kuesioner berisi pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung.
4. Lembar Dokumentasi, yaitu suatu instrumen berupa lembaran tertulis tentang acuan dokumen apa saja yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen kuesioner akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap item-item pernyataan yang dipergunakan dalam pengukuran variabel bebas dan terikat penelitian. Untuk menguji validitas dan reliabilitas, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis apakah butir-butir instrumen yang dikumpulkan benar-benar sesuai dan rasional dalam mengukur variabel penelitian.

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner, dilakukan uji instrumen pengumpulan data. Pengujian instrumen yang dilakukan meliputi:

3.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti.

Menurut (Arikunto, 2019), untuk menentukan koefisien validitas angka digunakan korelasi *produk moment* dengan membandingkan harga r_{hitung} yang diperoleh dengan r_{tabel} untuk n (jumlah konsumen sebagai sampel) dan taraf signifikan 95% atau $\alpha = 0,05$ dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hasil tersebut dikatakan valid tetapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka hasil tersebut dinyatakan tidak valid.

Dalam mencari nilai kolerasi, penulis menggunakan rumus *pearson product moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{N (\sum XF) - (\sum X) (\sum F) f (N \cdot \sum)}{X^2 - (\sum X)^2)(NF^2 - (\sum F)^2)}$$

Dimana :

R_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan *Software Statistical Package for Sosial Science* (SPSS). Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Cronbach Alpha* berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Bila kriteria

pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliable. Setelah melakukan uji instrument penelitian, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

Menurt (Sugiyono, 2021), uji reliabilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas terhadap seluruh pertanyaan pada penelitian ini akan digunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha^2 b}{\alpha^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Realibilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \alpha^2 b$ = Jumlah varian butir

$\alpha^2 t$ = Varian total

Penghitungan realibilitas dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS V.23 dan uji realibilitas menggunakan teknik pengukuran *Cronbach Alpha*. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* secara keseluruhan $>$ *Cronbach Alpha* Jika item deleted, maka dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* secara keseluruhan $<$ *Cronbach Alpha* jika item deleted, maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3.4
Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Keandalan
0.0 – 0.20	Kurang Handal
>0.20 – 0.40	Agak Handal
>0.40 – 0.60	Cukup Handal
>0.60 – 0.80	Handal
>0.80 – 1.00	Sangat Handal

Sumber: Data Diolah, 2024.

Adapun nilai batas *Cronbach Alpha* sebagai batas tingkat keandalan adalah sebesar > 0.6 , maka instrument memiliki reliabilitas yang baik.

Setelah instrumen angket (*quisioner*) setiap variabel telah memenuhi kriteria uji validitas dan reliabilitas, kemudian instrumen angket (*quisioner*) tersebut disebarkan pada sampel penelitian, dan hasilnya akan dilakukan uji selanjutnya.

3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi linier variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Ghazali, Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2021). Alat analisis yang digunakan dalam uji ini adalah dengan analisis grafik untuk mendeteksi apakah residual

berdistribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, demikian sebaliknya. Selain itu bisa juga melalui uji statistik *Kolmogrov-Smirnov* atau biasa disingkat K-S. Uji K-S dibuat dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Bila $\text{sig} > 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$ berarti distribusi data normal (H_0 diterima), sebaliknya bila $\text{sig} < 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$ berarti distribusi data tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Menurut Ghozali, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2021). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance value*. Batas dari *tolerance value* adalah 0,10 dan batas dari VIF adalah 10.

Perumusan hipotesa untuk uji multikolinieritas adalah:

H_0 : Tidak terjadi multikolinieritas

H_a : Terjadi multikolinieritas

Bila $\text{VIF} > 10$ atau *tolerance value* $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas (H_a diterima), sebaliknya apabila $\text{VIF} < 10$ atau *tolerance value* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas (H_0 diterima).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Menurut (Ghozali, 2021), model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada atau tidak heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y' adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah *distudentized*. Menurut (Ghozali, 2021), jika variabel independen signifikan di bawah tingkat kepercayaan 5% secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika variabel Y signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2021), uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Alat analisis yang digunakan adalah uji *Durbin-Watson Statistic*. Untuk mengetahui terjadi atau tidak autokorelasi dilakukan dengan membandingkan nilai statistik hitung *Durbin Watson* dengan statistik tabel *Durbin Watson* pada tabel.

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi yaitu:

1. Bila nilai DW terletak diantara batas atas atau *upper bound* (du) dan $(4-du)$ maka koefisien autokorelasi = 0, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau *lower bound* (dl) maka koefisien autokorelasi > 0 , berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar dari $(4-dl)$ maka koefisien autokorelasi < 0 , berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak antara du dan dl atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian data sehingga memberikan informasi yang berguna. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan, meringkas dan membuat summary data agar lebih mudah dibaca dan digunakan. Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan ringkasan dari sampel data dan tidak menggunakan data untuk membuat kesimpulan atas populasi. Akan tetapi, nantinya akan nampak variabel dependen dan variabel independennya. Setiap variabel penelitian akan diberikan deskripsi jika menggunakan metode ini. Dimana nantinya setiap variabel akan memiliki nilainya sendiri (Masyitah, 2023). Adapun analisis statistik deskriptif pada penelitian ini terdiri dari deskriptif profil responden dan deskriptif persepsi responden terhadap setiap variabel penelitian ini.

3.7.2 Statistik Inferensial

Di dalam statistik deskriptif hanya bersifat memaparkan data, maka dalam statistik inferensial sudah ada upaya untuk mengadakan penarikan kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Berdasarkan jenis analisisnya, statistik inferensial terbagi ke dalam dua bagian, yaitu analisis korelasional dan analisis komparasi (Masyitah, 2023). Adapun jenis analisis inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjenis analisis korelasional, yaitu analisis yang berusaha untuk mencari hubungan atau pengaruh antara dua buah variabel atau lebih.

Untuk menganalisis data secara korelasional dalam penelitian ini menggunakan uji hipotesis. Adapun pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS for v.23. Adapun tahapan pengujian hipotesis penelitian ini antara lain:

1. Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Adapun analisis dengan model regresi berganda adalah menggunakan rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X₁ : *Halal Lifestyle*

X₂ : *Halal Knowledge*

X₃ : Promosi

α : konstanta

e : *error* (tingkat kesalahan)

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

2. Uji Parsial dengan t_{test}

Uji t_{test} digunakan untuk mengetahui apakah secara individu atau parsial variabel independen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Dasar pengambilan keputusan adalah: H_0 ditolak atau H_a diterima jika nilai signifikan t atau p value < 5%. Variabel *halal lifestyle* (X_1), *halal knowledge* (X_2), dan promosi (X_3) diuji masing-masing dengan menggunakan uji t , dengan kriteria sebagai berikut:

H_0 diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ table}$

H_a diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ table}$

3. Uji Simultan dengan F_{test}

Uji F_{test} digunakan untuk mengetahui apakah variabel *halal lifestyle* (X_1), *halal knowledge* (X_2), dan promosi (X_3) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y).

4. Uji Determinasi R Square (R^2)

Uji Determinasi R Square (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi ini adalah 0 sampai dengan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Menurut (Ghozali, 2021), nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.