BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian

1. Distribusi Frekuensi Labelisasi halal (X_1)

Variabel Labelisasi halal diukur dengan 6indikator yaitu mengacu pada Keputusan Menteri dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengenai beberapa hal yang terkandung:[56] a. Nama produk b. Daftar bahan yang digunakan c. Berat bersih atau isi bersih d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia e. Keterangan tentang halal f. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

Dapat diketahui distribusi frekuensi sebagai berikut.

Tabel: 4.1
Distribusi Frekuensi Variabel Labelisasi halal

No	Kategori	F	Persentase %
1	Sangat sering (SS)	30	36%
2	Sering (S)	33	39%
3	Jarang/ kadang-kadang (N)	14	16%
4	Pernah(TS)	3	4%
5	Tidak pernah (STS)	3	4%
	Total	83	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat variabel labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery*

[56] Utami, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembellian (Survei Pembeli Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-NisA Yogyakarta*), (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2013), hlm. 26

Trenggalek dengan kriteria sangat sangat sering sebanyak 36 %, atau dapat ditafsirkan dari angket yang disebar kepada 83 responden, sekitar 30 responden dengan jawaban sangat sering, 33 responden dengan jawaban sering, kriteria kadang-kadang sebesar 16% dari keseluruhan sampel, pernah dan tidak pernah masing-masing 4% atau dipilih oleh 3 responden.

Berdasarkan dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi variabel labelisasi halal secara keseluruhan dalam kaetgori baik. Hal itu, dapat ditunjukkan dengan skor anget yang berada di tataran rendah hanya sekitar 5% saja. Dan sebagian besar skor angket berada di kategori baik.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Citra merek (X_2)

Variabel Citra merek diukur dengan 5 indikator yaitu Merek, Kemasan, Kualitas, Penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen, dan Ingatan konsumen soal produk tersebut. Istrumen tersebut sesuai dengan konsep Citra merek menurut Kotler and Keller adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang di cerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen, yang selalu di ingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya.[57]

Dapat diketahui distribusi frekuensi sebagai berikut.

[57] Dewi Kurniawati, Suharyono dan Andriani Kusumawati, "*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 14 No. 2, 2014, hlm. 3.

Tabel 4.2
Distribusi Frekuensi Variabel Citra merek

No	Kategori	F	Persentase %
1	Sangat sering (SS)	33	39%
2	Sering (S)	30	36%
3	Jarang/ kadang-kadang (N)	12	14%
4	Pernah(TS)	4	5,5%
5	Tidak pernah (STS)	4	5,5%
	Total	83	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat variabel labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek dengan kriteria sangat sangat sering sebanyak 39 %, atau dapat ditafsirkan dari angket yang disebar kepada 83 responden, sekitar 33 responden dengan jawaban sangat sering, 30 responden dengan jawaban sering, sekitar 12 responden menyatakan kadang-kadang sebesar 14% dari keseluruhan sampel, pernah dan tidak pernah masing-masing 5,5% atau dipilih oleh 4 responden.

Berdasarkan dari tabel di atasdapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi variabel citra merek secara keseluruhan dalam kattgori baik. Hal itu, dapat ditunjukkan dengan skor angket yang berada di tataran rendah hanya sekitar 5% saja. Dan sebagian besar skor angket berada di kategori baik.

3. Distribusi Frekuensi Variabel Rencana keputusan pembelian(Y)

Variabel Rencana keputusan pembelian diukur dengan 5 indikator yaitu Tujuan dalam Membeli sebuah produk, Pemprosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek, Kemantapan pada sebuah produk,

Memberikan rekomendasi ke orang lain, Melakukan pembelian ulang. Intrumen tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Philip Kotler and Armstrong Gary.[58]

Dapat diketahui distribusi frekuensi sebagai berikut.

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Variabel Rencana keputusan pembelian

No	Kategori	F	Persentase %
1	Sangat sering (SS)	36	43%
2	Sering (S)	30	36%
3	Jarang/ kadang-kadang (N)	11	13%
4	Pernah(TS)	3	4%
5	Tidak pernah (STS)	3	4%
	Total	83	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat variabel labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek dengan kriteria sangat sangat sering sebanyak 44 %, atau dapat ditafsirkan dari angket yang disebar kepada 83 responden, sekitar 36 responden dengan jawaban sangat sering, 30 responden dengan jawaban sering, 11 reposnden menyatakan kadang-kadang sebesar 13% dari keseluruhan sampel, pernah dan tidak pernah masing-masing 4% atau dipilih oleh 3 responden.

Berdasarkan dari tabel di atasdapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi variabel rencana keputusan pembelian secara keseluruhan dalam kategori baik. Hal itu, dapat ditunjukkan dengan skor angket yang berada ditataram rendah hanya di bawah 5% saja. Dan sebagian besar skor angket

[58]Philip Kotler and Armstrong Gary,……, hlm. 86

berada di kategori baik.

B. Analisis Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung lebih besar daripada r tabel maka item dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil maka item dinyatakan tidak valid. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu uji validitas dengan *product moment*. Dalam penelitian ini r hitung dilakukan dicari dengan menggunakan bantuan *SPSS For Windows.* Dalam penelitian ini sesuai kriteria dalam uji statistika DF = n-2, menggunakan besaran 0.05, DF merupakan degree of freedom atau nilai r tabel yang dicari, n merupakan jumlah angket atau kuesioner, dan 2 merupakan patokan dalam rumus. Maka dari penghitungan tersebut diperolah dengan hasil r tabel (dilihat dalam r tabel pada urutan ke-81) yaitu 0.2159.

Dalam uji validitas kuesioner atau instrument penelitian dari 83 data, dengan kriteria tingkat signifikansi uji dua arah taraf signifikansi sebesar 5%, t tabel *product moment* ditemukan sebesar 0.2159. Dari hasil penghitungan dengan membandingkan t tabel dengan t hitung dinyatakan semua pertanyaan daalam instrument penetlian valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.4 Output Uji Reliabilitas X_1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	30

Dari hasil penghitungan tersebut, pada uji reliabilitas variabel labelisasi halal menunjukkan jika hasil uji reliabilitas, diketahui angka *Cronbach alpha* sebesar 0.921, jumlah tersebut lebih besar dari kriteria dasar penghitungan *Cronbach alpha* sebesar 0.6. maka dalam penelitian ini instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel atau handal.

Tabel 4.5 Output Uji Reliabilitas X_2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	30

Dari hasil penghitungan tersebut, pada uji reliabilitas variabel citra merek menunjukkan jika hasil uji reliabilitas, diketahui angka *Cronbach alpha* sebesar 0.877, jumlah tersebut lebih besar dari kriteria dasar penghitungan *Cronbach alpha* sebesar 0.6. maka dalam penelitian ini instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel atau handal.

Tabel 4.6 Output Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	30

Dari hasil penghitungan tersebut, pada uji reliabilitas variabel rencana keputusan pembelian menunjukkan jika hasil uji reliabilitas, diketahui angka *Cronbach alpha* sebesar 0.803, jumlah tersebut lebih besar dari kriteria dasar penghitungan *Cronbach alpha* sebesar 0.6. maka dalam penelitian ini instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel atau handal.

2. Analisis Data

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji residual berdistribusi normal atau tidak. Seperti yang diketahui asumsi normalitas residual dapat diketahui dengan analisis parametrik, dengan kriteria pengujian Ho diterima jika *sign Kolmogrov Smirnov* < 0.05 dan Ho ditolak jika *sign Kolmogrov Smirnov* > 0.05.

Pengujian residual analisis statistik adalah dengan uji statistic non parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Apabila hasil uji K-S menunjukkan bahwa *Assym*. Sig. (2-*tailed*) lebih dari 0,05 maka residual terdistribusi secara normal. Sebaliknya jika hasil uji tersebut

menunjukkan bahwa *Assymp*. Sig. (2-*tailed*) kurang dari 0,05 maka residual tidak terdistribusi secara normal.

Tabel. 4.7 Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.54259113
Most Extreme Differences	Absolute	.264
	Positive	.264
	Negative	-.183
Test Statistic		.264
Asymp. Sig. (2-tailed)		.72[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat diketahui nilai *asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,072. Sesuai dengan kreiteria apabila hasil uji K-S menunjukkan bahwa *Assym*. Sig. (2-*tailed*) lebih dari 0,05 maka residual terdistribusi secara normal. Sebaliknya jika hasil uji tersebut menunjukkan bahwa *Assymp*. Sig. (2-*tailed*) kurang dari 0,05 maka residual tidak terdistribusi secara normal.

Maka dapat diketahui nilai *asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,072 > 0,05 maka residual terdistribusi secara normal. Sehingga, uji normalitas dengan menggunakan uji *kolmogrov-smirnov* dinyatakan residual terdistribusi secara normal, dan memenuhi syarat uji asumsi klasik.

b. Uji Multikoliniearitas

Analisis uji multikoliniearitas dilakukan sebagai salah satu

syarat dalam uji asumsi klasik dalam sebuah model regresi. Model regresi yang baik yaitu yang terbebas dari gejala asumsi klasiknya, salah satunya yaitu multikoliniearitas.

Pada umumnya pengujian multikoliniearitas menggunakan metode VIF (*Variance Inflation Factor*), ketentuan yang digunakan yaitu jika nilai VIF < 10 maka model regresi dapat disimpulkan terbebas dari asumsi multikoliniearitas, dan sebaliknya jika nilai VIF > 10 maka terdapat gangguan multikoliniearitas pada model regresi.

Tabel 4.8 Output Uji Multikoliniearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	39.976	5.383		7.426	.000		
	Labelisasi halal	-.074	.038	-.266	-1.967	.055	.993	1.007
	Citra merek	.306	.185	.223	1.652	.105	.993	1.007

a. Dependent Variable: Rencana keputusan pembelian

Dari tabel tersebut dapat terlihat hasil pengujian yaitu, nilai VIF labelisasi halal dan Citra merekmemiliki nilai yang sama sebesar 1.007, karena nilai VIF untuk semua variabel tersebut < 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan Multikoliniearitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala Multikoliniearitas.

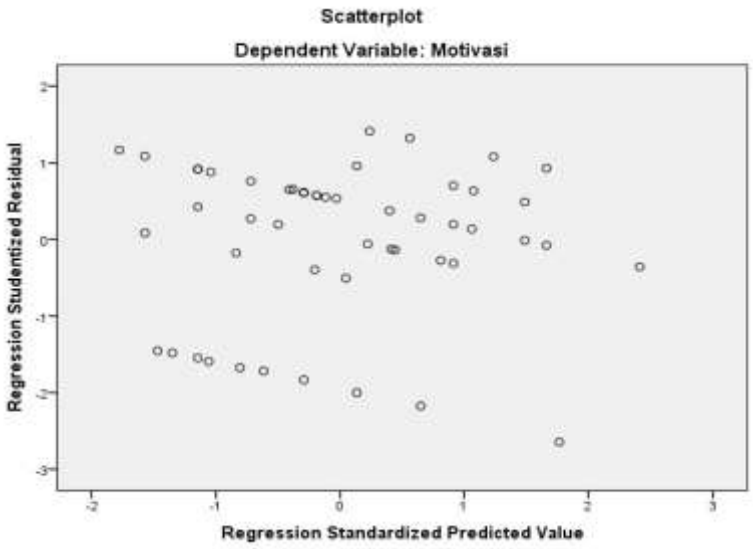
c. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini dalam melakukan uji heteroskedastisitas menggunakan model scater plot. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk

menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan tetap maka disebut homokedastistisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homokesdastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas digunakan uji Glejser. Metode ini dilakukan dengan meregresikan variabel bebasnya terhadap nilai absolute residual

Gambar 4.1 Uji Scatter Plot



Dari gambar tersebut dapat di intepretasikan sebagai berikut, dapat dilihat titik-titik data tidak membentuk pola tertentu dan data menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. maka dari itu dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan asumsi heteroskedastisitas artinya model regresi ini sudah baik.

. **Tabel 4.9 Uji Glejser**

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.566	.088		6.446	.000
	Labelisasi halal	-.163	.085	-.774	-1.903	.061
	Citra_Merk	.065	.079	.335	.823	.413

a. Dependent Variable: Rencana keputusan pembelian

Adapan dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskesdatisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai sig > dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskesdatisitas dalam model regrsi.
2. Jika nilai sig < dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskesdatisitas dalam model regresi.

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai sig. Untuk variabel labelisasi halal (X1) adalag 0,061 sementara nilai sig variabel Citra merek (X1) adalah 0,413, karena sig pada kedua variabel di atas lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Penelitian ini, menggunakan uji autokorelasi menggunakan model *Durbin and Watson.*. Uji *Durbin Waston* (uji DW) hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first other autocorrelation*) dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen.

Tabel. 4.10 Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.507[a]	.566	.720	323.45232	2.124

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Citra Merk
b. Dependent Variable: Rencana keputusan pembelian

u

k mendeteksi ada atau tidaknya autokolerasi dalam suatu penelitian, menggunakan nilai durbin waston dengan kriteria jika:

1. Angka D-W di bawah -2 berarti autokorelasi positif
2. Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negative.

Dari hasil penghitungan tersebut didapatkan nilai *durbin-watson* sebesar 2.124 dimana nilai tersebut berada diantara -2 sampai +2, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi Autokolerasi dalam model regresi tersebut.

3. Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Secara Parsial

Uji T digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pervariabel bebas terhadap variabel terikat yaitu variabel labelisasi halal dengan rencana keputusan pembelian dan variabel citra merekdengan rencana keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial (Uji t) dilakukan dengan cara membandingkan antara hasil dari t hitung dengan t tabel. T tabel dapat diperoleh dengan cara DF = n – k (DF: Degree of Fredom, n: banyaknya observer, dan k: banyak variabel bebesa dan terikat). Dasar pengambilan keputusan dalam uji t (parsial), yaitu:

Cara pertama, untuk uji t (parsial) dalam analisis regresi, adalah:

Jika t hitung > t tabel maka variabel bebas (x) berpengaruh terhadap variabel terikat (y).

Jika t hitung < t tabel maka variabel bebas (x) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (y).

Cara kedua, Pengambuilan keputusan berdasarkan output Spss, adalah:

Jika nilai sig. < 0.05 maka variabel bebas (x) berpengaruh terhadap variabel terikat (y).

Jika nilai sig. > 0.05 maka variabel bebas (x) tidak berpengaruh

terhadap variabel terikat (y).

Berikut akan disajikan tabel dari hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dengan menggunakan *SPSS versi 22,0 for windows.*

Tabel 4.11 Output Uji T Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.976	5.383		7.426	.000
	Labelisasi halal	.074	.038	.266	3.324	.003
	Citra merek	.306	.185	.223	3.651	.002

a. Dependent Variable: Rencana keputusan pembelian

1) Pengaruh labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

Ha$_1$: Ada pengaruh labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

Ho$_1$:Tidak ada pengaruh labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

Tabel 4.12 Data Uji T (Parsial) Variabel Labelisasi Halal

Hipotesis	Variabel	T-Hitung	Sig	T-Tabel
Ada pengaruh antara variabel x1 terhadap y	XI	3.234	0,003	1.990

Dari hasil pengujian hipotesis di atas menggunakan uji parsial

(Uji t) diperoleh t hitung sebesar 3.234 dengan nilai signifikansinya 0,003. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian menunjukkan bahwa t hitung > t tabel yakni 3.324 > 1.990 dapat dinyatakan ada pengaruh positif, kemudian dari hasil uji signifikansi dengan tingkat signifikansinya 0,003 < 0,05 dapat dinyatakan berpngaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak atau Ha diterima.

Hasil penghitungan menyatakan bahwa variabel labelilisasi halal berengaruh terhadap rencana keputusan pembelian atau hipotesis Ha_1diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa "Ada pengaruh yang positif dan signifikan labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek."

Labelisasi halal diatur oleh Departemen Agama yang dimuat dalam keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2001 tentang pemeriksaan dan penetapan pangan halal yaitu tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengelolaanya tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Salwa Bakery Trenggalek meskipun belum memiliki lisensi hala, namun dalam proses produksinya mengacu pada standard halal yang telah ditentukan oleh agama Islam yaitu standar halal. 1) Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi serta tidak mengandung alkohol. 2) Daging yang digunakan berasal dari

hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat islam. 3) Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol. Dengan demikian *Salwa Bakery* Trenggalek dalam operasionalnya menerapkan standard labeliasi halal. Dari hasil uji statistik tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan "Ada pengaruh positif dan signifikan labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek."

1) Pengaruh citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

   Ho$_2$: Ada pengaruh citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

   Ha$_2$: Tidak ada pengaruh citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

   Tabel 4.13 Data Uji T (Parsial) Variabel Citra merek

Hipotesis	Variabel	T hitung	Sig.	T tabel
Ada pengaruh antara variabel x2 terhadap y	(X2)	3.651	0,002	1.990

Sedangkan hasil hipotesis di atas menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh t hitung sebesar 3.651 dengan nilai signifikansinya 0,002. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian menunjukkan bahwa t hitung > t tabel yakni 3.651 > 1.990 dapat dinyatakan berpengaruh positif, kemudian dari hasil uji signifikansi dengan tingkat signifikansinya 0,002 < 0,05 dapat dinyatakan berpengaruh signifikan. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa Ho_2 ditolak atau Ha_2 diterima.

Hasil penghitungan menyatakan variabel citra merek berpengaruh terhadap rencana keputusan pembelian atau hipotesis Ha_2diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa "Ada pengaruh positif dan signifikancitra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek."

Persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya disebut citra merek. Maka jelas jika, citra merek merupakan bagian suatu merek yang mempengaruhi persepsi, pandangan masyarakat atau konsumen terhadap perusahaan atau produknya. oleh sebab itu citra positif yang secara konsisten tampil kuat karena didukung oleh konsistensi antara kreadibilitas dan pengalaman dinamis untuk akhirnya menghasilkan reputasi perusahaan. Kadang perusahaan tidak dapat membedakan sesuatu secara jelas antara identitas dan citra. Dari hasil uji statistik tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan "Ada pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek."

b. Pengujian Secara Simultan

Pengaruh labelisasi halal dan citra merekter hadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F (Simultan), yaitu:

Cara pertama, untuk uji t (parsial) dalam analisis regresi, adalah:

Jika F hitung > F tabel maka variabel bebas (x) berpengaruh terhadap variabel terikat (y).

Jika F hitung < F tabel maka variabel bebas (x) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (y).

Cara kedua, Pengambuilan keputusan berdasarkan output Spss, adalah:

Jika nilai sig. < 0.05 maka variabel bebas (x) berpengaruh terhadap variabel terikat (y).

Jika nilai sig. > 0.05 maka variabel bebas (x) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (y).

Berikut akan disajikan tabel dari hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dengan menggunakan *SPSS versi 22,0 for windows.*

Tabel 4.14 Uji F Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.291	2	13.146	3.436	.001[b]
	Residual	211.632	49	4.319		
	Total	237.923	51			

a. Dependent Variable: Rencana keputusan pembelian
b. Predictors: (Constant), Citra merek, Labelisasi halal

Ho$_3$: Tidak ada pengaruh labelisasi halal dan citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

Ha$_3$: Ada pengaruh labelisasi halal dan citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

Pengujian menggunakan Uji F dalam penelitian ini

dimaksudkan untuk menguji signifikansi hipotesis secara simultan variabel labelisasi halal dan citra merek terhadap rencana keputusan pembelian.

Uji hipotesis secara simultan yaitu untuk menunjukkan apakah variabel bebas X1, dan X2, (labelisasi halal dan citra merek) mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat Y (rencana keputusan pembelian) digunakan Uji F. pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan (Uji F) dilakukan dengan cara membandingkan antara hasil dari F hitung dengan F tabel. Pengujian dengan menggunakan uji simultan (uji F) ini adalah Ho ditolak jika F hitung > F tabel dan nilai signifikansinya < 0,05.

Tabel 4.15 Data Uji F (Simultan)

F hitung	3.436
F tabel	3.19
Signifikan F	0,001

Dari tabel di atas pengujian hipotesis menggunakan uji simultan (uji F) diperoleh F hitung 3.436 dan F tabel sebesar 3.19 dengan nilai signifikansinya 0,001. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian menunjukkan F hitung > F tabel yakni 3.436 > 3.19 sedangkan signifikansi 0.001 < dari alpha taraf 5% atau 0,05 sehingga Ha_3 diterima.Jadi uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini bahwa variabel bebas X1, dan X2, (labelisasi halal dan citra merek)

mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat Y (rencana keputusan pembelian)

Dengan demikian pada hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa, "Ada pengaruh positif dan signifikanlabelisasi halal dan citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

c. Koefisiensi Determinasi (*R Squere*)

Perbedaan nilai *R square* dan *adjusted R square* adalah pada faktor koreksi (derajat bebas). *R square* tidak memiliki faktor koreksi sehingga jika dalam model, variabel bebas terus ditambah, maka nilainya akan terus membesar. Sementara itu, penambahan variabel bebas belum tentu menaikkan angka *adjusted R square* sebab ia mampu menjelaskan apakah proporsi keragaman variabel terikat (dependen) mampu dijelaskan oleh variabel bebas atau tidak. Penambahan variabel bebas tentu belum menjadi jaminan nilai *adjusted R square* meningkat.

Tabel 4.16 Data Uji F (Simultan)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.432[a]	.811	.742	1.078

a. Predictors: (Constant), Citra merek, Labelisasi halal
b. Dependent Variable: Rencana keputusan pembelian

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui R square sebesar 0,811 hal ini menunjukkan bahwa 81,1 % kontribusi dari variabel bebas X1, dan X2, terhadap variabel Y. Sedangkan sisanya merupakan

pengaruh dari variabel lain.

C. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Setelah dilakukan analisis hasil penelitian pada sub bab pembahasan di atas, selanjutnya peneliti mendiskripsikan hasil penelitian tersebut, dengan menggambarkan adanya pengaruh labelisasi halal dan citra merekterhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.

Tabel 4.17 Rekapitulasi Hasil Penelitian.

Hipotesis penelitian	Kriteria	Hasil penelitian
1. Pengaruh Labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.	di atas menggunakan uji parsial (Uji t) diperoleh t hitung sebesar 3.344 dengan nilai signifikansinya 0,003. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian menunjukkan bahwa t hitung > t tabel yakni 3.324>1.990 dengan tingkat signifikansinya 0,003< 0,05.	hipotesis Ha_1 berbunyi "Ada pengaruh positif dan signifikan labelisasi halalterhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek." Diterima.
2. Pengaruh Citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.	uji parsial (uji t) diperoleh t hitung sebesar 3.651 dengan nilai signifikansinya 0,002. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian menunjukkan bahwa t hitung > t tabel yakni 3.651 >1.990 dengan tingkat signifikansinya 0,002< 0,05.	Hipotesis Ha_2 yang berbunyi "Ada pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek." Diterima.
3. Pengaruh Labelisasi halal dan Citra merek terhadap	uji simultan (uji F) diperoleh F hitung 3.436 dan F tabel	Ha yang berbunyi "Ada pengaruh positif dan signifikan labelisasi halal

rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek.	sebesar 3.19 dengan nilai signifikansinya 0,001. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian menunjukkan F hitung > F tabel yakni 3.436 > 3.19 sedangkan signifikansi 0.001 < dari alpha taraf 5% atau 0,05 sehingga Ha diterima.	dan citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa Bakery* Trenggalek..” Diterima.