

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian kuantitatif jika dilihat dari jenis datanya. Penggunaan metode kuantitatif penelitian terhadap variabel independen dengan variabel dependen yaitu untuk mengetahui pengaruh dari subjek yang diteliti sehingga dapat memahami kuantitas dari sebuah fenomena yang dapat digunakan untuk perbandingan. Menurut Musianto (2002), penelitian kuantitatif adalah jenis metode penelitian yang menggunakan pengukuran, rumus, perhitungan, kepastian, dan proses data untuk perencanaan, serta proses membangun hipotesis, teknik, dan analisis data berupa angka (Waruwu, 2023). Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut.

### **B. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang peneliti peroleh dari sumber atau informan utama. Sedangkan data sekunder adalah data pendukung atau pelengkap informasi dari data primer.

#### **a. Data primer**

Data primer adalah jenis data yang didapatkan secara langsung dari sumber utamanya, seperti hasil survei, wawancara, dan eksperimen yang biasanya akan bersifat spesifik (Balaka, 2022). Menurut Husein Umar (2013) data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber langsung, seperti wawancara atau pengisian kuesioner (Balaka, 2022).

Data primer diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian yaitu *Cottage Daarul Jannah* dan konsumen *Cottage Daarul Jannah*. Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan adalah sumber data primer aktif yakni observasi, kuesioner dan dokumentasi.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk data yang sudah jadi dan kemudian diolah oleh pihak lain, biasanya data sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder diperoleh dari sumber internal dan eksternal. Dalam hal ini, data sekunder yang bersifat internal di dapat melalui dokumen *Cottage* Daarul Jannah. Sedangkan yang bersifat eksternal diperoleh melalui sumber-sumber di luar organisasi, seperti jurnal, artikel, majalah, internet. Data yang dimaksud adalah data yang ada kaitannya dengan variabel dalam penelitian di *Cottage* Daarul Jannah.

### C. Metode Pengumpulan Data

Dalam skripsi ini peneliti menggunakan empat metode untuk mengumpulkan data, diantaranya sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatat tentang keadaan atau perilaku objek sasaran (DINI, 2023). Aspek-aspek yang diobservasi dalam penelitian ini adalah lokasi, bagaimana proses kerja, perilaku konsumen, karyawan, operasional. Tujuan dilakukannya observasi adalah untuk memberikan gambaran secara realistis kepada peneliti terkait perilaku atau kejadian yang berkaitan dengan aktivitas objek penelitian.

b. Kuesioner

Kuesioner dibuat untuk meminta keterangan terkait fakta yang diketahui oleh responden juga tentang sikap pendapat dari konsumen. Jenis kuesioner yang diberikan adalah tertutup, yang dimana jawabannya telah disediakan dalam pengukuran menggunakan skala likert. Skala liker ini digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi konsumen. Terdapat lima tingkatan instrumen pengukuran skala likert, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Skala Likert**

<b>Simbol</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Kurang setuju	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

*Sumber: Buku Statistik Penelitian Bisnis dan Pariwisata*

Hasil kuesioner pada kedua variabel kemudian akan dianalisa secara deskriptif dengan menggunakan persentase. Menurut Riduwan dalam jurnal penelitian Wahyuni (2020) dikatakan bahwa persentase yang diperoleh akan diartikan dengan kriteria interpretasi yang berupa pengertian kualitatif (Wahyuni & Mein Kharnolis, 2020). Kriteria interpretasi sebagai berikut:

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

**D. Populasi dan Sampel**

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2014) area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Suriani & Jailani, 2023). Berdasarkan hal tersebut yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Cottage Daarul Jannah* periode April 2024, yaitu sekitar 366 tamu. Maka ditetapkan populasi dengan jumlah 366 konsumen.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi. Sampel adalah kumpulan orang yang dipilih dari populasi yang merupakan bagian dari populasi secara keseluruhan (Suriani & Jailani, 2023). Tujuan peneliti dalam mengambil sampel adalah untuk memperoleh keterangan melalui objek, dengan mengamati sebagian dari populasinya. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen *Cottage* Daarul Jannah. Sampel dihitung menggunakan rumus berdasarkan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan yaitu sebesar 5%. Dengan tabel Isaac dan Michael peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki. Dari jumlah populasi yang didapat yakni sebanyak 366 konsumen, didapat sampel yaitu 177 konsumen. Berdasarkan hal ini, maka peneliti menetapkan jumlah sampel yang akan dijadikan responden sebanyak 177 sampel.

**E. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* (Sampling kebetulan). Teknik *accidental sampling* merupakan penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti yang digunakan sebagai sampel. Pelaksanaan *accidental sampling* dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada *Cottage* Daarul Jannah periode Juni, sehingga pengambilan responden disesuaikan dengan kebutuhan peneliti yaitu sebanyak 177 orang responden konsumen *Cottage* Daarul Jannah. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang didukung oleh jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

**F. Operasional Variabel**

Maksud dan tujuan penelitian skripsi ini untuk Pengaruh *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Kamar di *Cottage* Daarul Jannah menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

a. Variabel *Independent* (Variabel Bebas).

Menurut Tritjahjo variabel independent adalah jenis variabel yang dapat mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dengan begitu, jika dilihat dari keberadaannya variabel bebas pada umumnya akan terlebih dahulu muncul dan diikuti oleh variabel lainnya (Ulfa, 2021). Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) *Islamic Branding* (X)

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel X**

Variabel	Indikator	Pernyataan
<b>Variabel Independen (X)</b>		
<i>Islamic Branding</i> (X)	<p><i>Islamic Branding</i>, dimensi ini merupakan sebuah konsep yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam hal ini bertujuan untuk menarik konsumen muslim dalam pemilihan keputusan. Indikator dalam pemilihan kuesioner didasarkan pada teori Aulia dan Aswad (2022), sebagai berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Islamic branding by Compliance</i></li> <li>- <i>Islamic branding by Origin</i></li> <li>- <i>Islamic branding by Constomer</i></li> </ul>	<p>Daarul Jannah <i>Cottage</i> merupakan hotel Islami (X.1)</p> <p>Daarul Jannah <i>Cottage</i> menjadi daya tarik karena memiliki fasilitas Islami (X.2)</p> <p>Merek produk bernuansa Islami dapat memengaruhi saya untuk menggunakan produk tersebut (X.3)</p> <p>Daarul Jannah <i>Cottage</i> banyak digunakan oleh konsumen muslim (X.4)</p> <p>Daarul Jannah <i>Cottage</i> adalah hotel yang sudah mematuhi syariat Islam, memisahkan ruang antara perempuan dan laki-laki (X.5)</p> <p>Daarul Jannah <i>Cottage</i> sudah memenuhi standar</p>

		<p>Islami, seperti fasilitas sholat, mushola, tempat wudhu terpisah, makanan halal (X.6)</p> <p>Saya akan melakukan pembelian sesuai dengan kebutuhan meskipun Daarul Jannah <i>Cottage</i> bukan produk Islami (X.7)</p> <p><i>Brand</i> dengan <i>branding</i> Islami harus memiliki sertifikat halal (X.8)</p>
--	--	---

b. Variabel *Dependent* (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang disebabkan oleh variabel bebas. Jadi, variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang disebabkan oleh variabel bebas. Peluang perubahan variabel dependen sebanding dengan koefisien perubahan variabel independen (Ulfa, 2021). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y

Variabel	Indikator	Pertanyaan
<b>Variabel Dependen (Y)</b>		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian kamar, dimensi ini merupakan suatu Keputusan yang telah diambil oleh konsumen itu sendiri terhadap pengambilan keputusan pembelian kamar. Teori yang diambil adalah dari Kotler dan Keller dengan indikator sebagai berikut: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengaruh kebutuhan</li> <li>- Pencarian informasi</li> <li>- Pertimbangan dan evaluasi alternatif</li> <li>- Keputusan pembelian</li> <li>- Pembelian ulang</li> </ul>	<p>Saya melakukan pembelian kamar sesuai dengan kebutuhan (Y.1)</p> <p>Kebutuhan saya terhadap produk Daarul Jannah <i>Cottage</i> tinggi (Y.2)</p> <p>Saya mencari informasi dari banyak sumber mengenai Daarul Jannah <i>Cottage</i> sebelum melakukan pembelian kamar (Y.3)</p> <p>Saya tertarik dengan Daarul Jannah <i>Cottage</i> dari sosial media yang dimilikinya (Y.4)</p> <p>Saya mendapat informasi tentang Daarul Jannah <i>Cottage</i> dari orang lain (Y.5)</p> <p>Saya melakukan evaluasi tempat terhadap beberapa hotel yang ada selain Daarul Jannah <i>Cottage</i> (Y.6)</p> <p>Saya memutuskan untuk menginap di Daarul Jannah <i>Cottage</i> karena fasilitas yang sudah terjamin (Y.7)</p>

		<p>Saya menginap di Daarul Jannah <i>Cottage</i> diluar prediksi saya (Y.8)</p> <p>Pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi saya dalam memesan kamar di Daarul Jannah <i>Cottage</i> (Y.9)</p> <p>Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian kamar di Daarul Jannah <i>Cottage</i> (Y.10)</p> <p>Saya merasa produk yang dimiliki Daarul Jannah <i>Cottage</i> sesuai dengan harga yang ditawarkan (Y.11)</p> <p>Saya merasa puas dengan Daarul Jannah <i>Cottage</i> (Y.12)</p> <p>Saya selalu melakukan pembelian kamar di Daarul Jannah <i>Cottage</i> daripada hotel lain (Y.13)</p>
--	--	---

Untuk pengkategorian selanjutnya mengacu pada pendapat Arikunto (2008) sebagai berikut:

0% = tidak seorangpun dari responden

1% - 25% = Sangat sedikit dari reponden

26% - 49% = Sebagian kecil atau hamper setengah dari responden

50% = Setengah dari responden

51% - 75% = Sebagian besar dari reponden

76% - 99% = Hampir seluruh dari responden

100% = Seluruh responden

## G. Uji Persyaratan Instrumen

### 1. Uji validitas

Uji Validitas adalah untuk menentukan validitas alat ukur. alat ukur yang dimaksud adalah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya dapat mengungkapkan apa yang diukur oleh kuesioner (Darma, 2021). Menurut Sugiyono uji validitas adalah suatu langkah yang dilakukan untuk menguji isi instrument tujuannya adalah untuk menentukan ketepatan instrument yang akan digunakan dalam penelitian (Al Hakim et al., 2021).

Uji validitas dalam penelitian digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, semakin tinggi validitas suatu alat ukur semakin tepat kuesioner tersebut mengenai sasaran. Uji validitas yang digunakan dengan menggunakan *Pearson Corelation*. Adapun dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai r-hitung dan nilai r-tabel, kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ , maka item pertanyaan dikatakan valid.
- b. Jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ , maka item pertanyaam dikatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan *df (degree of freedom)* dengan rumus:

$$df = n - 2$$

$$df = 30 - 2$$

$$df = 28$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel dalam uji

2 = Uji yang dilakukan uji dua arah

*Degree of freedom* yang dihasilkan adalah 28 dengan alpha sebesar 5%, maka menghasilkan nilai r-tabel sebesar 0,361. Jika r-hitung (dilihat dalam *Pearson Correlation*) lebih besar dari 0,361, maka nilai r-hitung dikatakan valid.

Hasil uji validitas tiap indikator variabel penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

a. Uji Validitas X

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas X**

<b>Indikator</b>	<b>r-hitung</b>	<b>r-tabel</b>	<b>Keterangan</b>
X.1	0,620	0,361	Valid
X.2	0,670	0,361	Valid
X.3	0,695	0,361	Valid
X.4	0,770	0,361	Valid
X.5	0,714	0,361	Valid
X.6	0,678	0,361	Valid
X.7	0,427	0,361	Valid
X.8	0,602	0,361	Valid

Sumber: Data yang telah diolah 2024

Dari hasil uji validitas pada variabel *Islamic Branding* (X) dapat diketahui bahwa dari 8 indikator pertanyaan dinyatakan valid dengan nilai  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  yaitu X.1, X.2, X.3, X.4, X.5, X.6, X.7 dan X.8. Maka dari itu semua indikator akan digunakan dalam perhitungan selanjutnya dan disertakan dalam kuesioner.

b. Uji Validitas Y

**Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Y**

<b>Indikator</b>	<b>r-hitung</b>	<b>r-tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Y.1	0,731	0,361	Valid
Y.2	0,653	0,361	Valid
Y.3	0,820	0,361	Valid
Y.4	0,758	0,361	Valid
Y.5	0,591	0,361	Valid
Y.6	0,619	0,361	Valid
Y.7	0,840	0,361	Valid

Y.8	0,404	0,361	Valid
Y.9	0,710	0,361	Valid
Y.10	0,892	0,361	Valid
Y.11	0,907	0,361	Valid
Y.12	0,806	0,361	Valid
Y.13	0,840	0,361	Valid

*Sumber: Data yang telah diolah 2024*

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa nilai r-hitung masing-masing indikator dari pernyataan lebih besar dari r-tabel yaitu 0,361. Dapat disimpulkan bahwa masing-masing dari indikator pertanyaan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) valid, artinya kuesioner sah untuk digunakan.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu keadaan yang dapat dipercaya. Fungsi uji ini adalah untuk mengetahui seberapa konsisten angket yang digunakan oleh peneliti, sehingga angket tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel peneliti bahkan jika berkali-kali menggunakan angket dan kuisioner yang sama (Al Hakim et al., 2021). Menurut Ghozali reliabilitas merupakan cara untuk menilai suatu kuesioner sebagai indikator konstruk atau perubah. Sebuah kuesioner akan dikatakan reliabel (handal) jika suatu jawaban terhadap pertanyaan memiliki konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu. Faktor-faktor yang dapat memengaruhi reliabilitas suatu angket adalah stabilitas, konsistensi, akurasi, dan daya prediksi (Arsi & Herianto, 2021).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas instrument pada penelitian ini menggunakan uji Cronbach Alpha dengan software SPSS. Menurut Sugiyono (2012) dalam buku Statistik

Penelitian Bisnis dan Pariwisata menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,60, dengan mengamati output SPSS dari *Cronbach Alpha deleted*.

a. Uji Reliabilitas X

**Tabel 3. 6 Hasil Reliabilitas X**

<b>Indikator</b>	<b>Cronbach Alpha if Item Deleted</b>	<b>Cronbach Alpha</b>
X.1	0,770	0,789
X.2	0,758	
X.3	0,756	
X.4	0,734	
X.5	0,755	
X.6	0,758	
X.7	0,822	
X.8	0,765	

Sumber: Data yang telah diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua variabel dan indikator memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel dikatakan andal atau reliabel yang berarti kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas Y

**Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Y**

<b>Indikator</b>	<b>Cronbach Alpha if Item Deleted</b>	<b>Cronbach Alpha</b>
Y.1	0,980	0,925
Y.2	0,922	
Y.3	0,916	
Y.4	0,919	

Y.5	0,925	
Y.6	0,923	
Y.7	0,915	
Y.8	0,937	
Y.9	0,920	
Y.10	0,913	
Y.11	0,911	
Y.12	0,916	
Y.13	0,914	

Sumber: Data yang telah diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua variabel dan indikator memiliki nilai *Cronbach Alpha Deleted* yang lebih besar dari 0,60 dan nilai *Cronbach Alpha* yaitu 0,925. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel dikatakan andal atau reliabel yang berarti kuesioner dapat digunakan dalam penelitian

## H. Uji Persyaratan Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menentukan apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Nilai residual yang terdistribusi dengan normal adalah ciri model regresi yang baik (Mardiatmoko, 2020). Dalam buku berjudul *Statistika Penelitian Bisnis dan Pariwisata* menyebutkan bahwa tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah seluruh model termasuk ke dalam model regresi variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak (Dr. I Gusti Rai Utama, 2018). Dalam uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk sampel lebih dari 50 (Sintia et al., 2022). Uji *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan kriteria pengujian sebagai berikut (Mardiatmoko, 2020):

- a. Jika nilai sig (Asym Sig 2 tailed)  $> 0,05$  dapat diartikan bahwa data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai sig (Asym Sig 2 tailed)  $< 0,05$  dapat diartikan bahwa data berdistribusi tidak normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas terjadi ketika terdapat fungsi linear yang sempurna atau mendekati pada beberapa atau semua variabel *independent* dalam model regresi. Model regresi dianggap mengalami multikolinearitas jika terdapat hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen (Mardiatmoko, 2020). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$  maka tidak ada gejala multikolinearitas.
- b. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $> 10$  maka ada gejala multikolinearitas.
- c. Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  maka tidak ada gejala multikolinearitas.
- d. Jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  maka ada gejala multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui bahwa pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana seluruh faktor gangguan tidak memiliki varian yang sama. Heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser yang meregresikan nilai *absolute* residual (AbsRes) terhadap variabel independen. Model Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai *absolute ei* dengan variabel bebas. Jika tidak ada satu pun variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (nilai *absolute ei*) maka tidak ada heteroskedastisitas.

## I. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya. Dalam penelitian ini data diolah menggunakan SPSS. Sebelum dianalisa, data tersebut diolah terlebih dahulu dengan metode sebagai berikut:

### 1. *Editing* (Pengeditan)

*Editing* adalah proses pengecekan atau memeriksa data yang telah berhasil disimpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan bahwa data yang telah masuk tidak memenuhi atau tidak dibutuhkan.

### 2. *Coding* (Pemberian kode)

*Coding* merupakan kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori sama, kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisa.

### 3. Tabulasi

Tabulasi adalah proses penempatan data ke dalam bentuk tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis.

### 4. Analisis Korelasi (R)

Korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan terikat. Penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson*. Kriteria yang digunakan untuk menentukan derajat hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3. 8 Kriteria Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat

0,80 – 1,000	Sangat kuat
--------------	-------------

Sumber: Sugiyono (2002) dalam buku *Statistik Penelitian Bisnis dan Pariwisata*

## 5. Analisis Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui variasi yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## J. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah pernyataan tersebut dapat diterima atau ditolak (Anuraga et al., 2021).

### 1. Uji Hipotesis t

Pengujian hipotesis dapat dilakukan uji t statistik untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *level of significant* ( $\alpha$ ) 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Maka penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Bila nilai signifikan  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen.

$H_0$ : Tidak adanya pengaruh *Islamic Branding* terhadap keputusan konsumen untuk berkunjung ke *Cottage* Daarul Jannah.

- b. Bila nilai signifikan  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_1$ : Adanya pengaruh antara *Islamic Branding* terhadap keputusan konsumen untuk berkunjung ke *Cottage* Daarul Jannah.

## 2. Uji Hipotesis F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Islamic Branding* (X) dan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y). proses penilaiannya menggunakan *software* SPSS dengan kaidah pengujian sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka  $\alpha$ , H0 ditolak dan H1 diterima (signifikan).
- b. Jika nilai signifikansi  $F > 0,05$  maka  $\alpha$ , maka H0 diterima dan H1 ditolak (tidak signifikan)