

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Riset ini menamai jenis penelitian dengan penelitian lapangan (*field reseacrh*) dikarenakan peneliti bisa lebih mudah memperoleh data dan informasi dilakukan langsung ke lapangan dengan langsung menemui responden agar penelitian tersebut bisa dilakukan dengan efektif.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif, karena metode ini dianggap unuk memudahkan dalam penelitian menggunakan numerik dalam klasifikasi yang berbeda berbentuk persentase, frekuensi, dan nilai rata-rata, kemudian dianalisis memakai statistik. Dan juga berujuan untuk menganalisis hasil data yang diperoleh dari data hasil penelitian data lapangan. Kemudia data tersebut dianalisis untuk mendapatkan hasil yang kita inginkan dengan bantuan statistik dalam menentukan hasil.<sup>2</sup>

### B. Setting Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian digunakan untuk mempermudah peneliti dalam mencapai target yang diinginkan. Pelaksanaan penelitian ini adalah di Jenang Karomah Kudus yang terletak di Kaliputu Kudus. Kemudian yang menjadi objek penelitian adalah konsumen jenang karomah kudus

#### 2. Waktu Penelitian

Riset ini sendiri akan dilakukan dalam waktu sekitar satu bulan untuk mendapatkan hasil data yang valid dan lengkap. Adapun riset ini diadakan adalah untuk mendapatkan hasil adanya pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian jenang karomah Kudus.

### C. Sumber Data

Data yakni bahan informasi yang didapatkan guna memperoleh hasil pengamatan (pengamatan) terhadap suatu

---

<sup>1</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Gravindo Persada, 2004), 32.

<sup>2</sup> Marzuki, *Metode Riset*, (Yogyakarta : Ekonosia, 2005), 15

objek data bisa berupa angka-angka, bisa juga berupa berupa simbol atau sifat.<sup>3</sup> Dalam bisnis adalah kumpulan informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan.<sup>4</sup> Sumber data yang dipakai dalam riset ini adalah data primer dan data sekunder, dan penjelasannya sebagai berikut :

1. Data Primer

Adalah data yang didapatkan dari sumber yang awal, misalnya bisa dari individu atau perseorangan. Data penelitian ini dapat berupa tanya jawab dengan sekaligus mengisi angket.<sup>5</sup>

2. Data Sekunder

Adalah informasi yang didapatkan dan dikelompokkan oleh individu yang melaksanakan observasi dari acuan-acuan terdahulu. Informasi ini biasanya didapatkan dari literasi atau dari penelitian terdahulu.<sup>6</sup>

#### D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yakni daerah yang merupakan kumpulan obyek ataupun subyek dengan ciri khas dan kualitas yang digunakan peneliti untuk mengadakan penelitian dan biar bisa diambil kesimpulannya.. Dengan demikian, yang menjadi populasi bukan tidak hanya individu, bisa juga benda ataupun benda alam lainnya. Populasi bukan hanya sekumpulan objek-objek yang diteliti, tetapi mencakup semua ciri atau ciri subyek atau obyek.<sup>7</sup> Populasi dalam riset ini adalah seluruh konsumen jenang karomah kudus.

---

<sup>3</sup>Zulfikar, dan I.Nyoman Budiantara, *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistik*, (Yogyakarta : Deepublish, 2014), 96

<sup>4</sup>Mudjarat Kuncoro, dkk, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga, 2003), 124

<sup>5</sup>Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia, 2002), 84

<sup>6</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistic*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2004), 19

<sup>7</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitas, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2012), 91

## 2. Sampel

Sampel yakni sebagian karakteristik dari daerah yang merupakan sekumpulan objek yang dijadikan sebagai sumber data.<sup>8</sup> Besar kecilnya sampel ataupun banyaknya sampel yang diambil dimungkinkan jika peneliti melaksanakan riset untuk mendapatkan data dengan dibantu metode kuantitatif. Purba menyatakan berdasarkan buku yang dikutip V. Wiratna Sujarweni memperoleh hasil bahwa apabila hasil populasi belum ditentukan, maka ukuran sampel minimum dihitung memakai rumus:<sup>9</sup>

$$N = \left( \frac{Z^2 a/2}{4e^2} \right)$$

Penjelasan :

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai Distribusi normal

e = Margin

Untuk hasil mengira-ngira sampel pasa riset ini maka, sampel dibutuhkan apabila taraf harapan 95% dan kekeliruan yang potensial timbul 0,10.

Diketahui :

$\alpha = 0,05$  maka  $Z_{0,05} = 1,96$

$e = 0,10$

jawab :

$$n = \left( \frac{1,96}{4 (0,10)^2} \right)$$

$$= 96,04$$

---

109

<sup>8</sup>Mudjarat Kuncoro, dkk, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*,

<sup>9</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 155

Dari pemaparan di atas yang didapat adalah 96 responden yang diperoleh dari perhitungan tersebut. Sampel ini menggunakan metode *accidental sampling* yaitu sampel diambil karena adanya keputusan, yang artinya peneliti tidak sengaja bertemu dengan konsumen, dan peneliti bisa langsung menggunakan konsumen untuk dijadikan sumber data.

### E. Desain Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut, karakter, atau nilai seseorang, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan satu variabel antara variabel lain dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)  
Variabel independen serupa dengan variabel bebas, penjelas. Variabel ini variasinya mempengaruhi variabel lain. Variabel independen pada penelitian ini adalah Label Halal (X1) dan Kualitas Produk (X2).
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)  
Variabel dependen adalah variabel penelitian yang mengetahui besarnya suatu dampak ataupun dampak lainnya. Dalam riset ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

### F. Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
1.	Label Halal (X1)	Lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LP	a. Logo b. Tulisan c. Kombinasi Gambar dan Tulisan	a. Sebagai tanda pengenalan suatu produk. b. Untuk memperjelas suatu produk yang bertujuan untuk memperlihatkan

		POM MUI). Untuk menjamin produk bebas dari pengujian halal berdasarkan syariat islam <sup>10</sup>	d. Menempel pada kemasan <sup>11</sup>	bagian suatu produk. c. Sebagai pelengkap pada suatu label yang menempel pada kemasan. d. Label yang terletak pada kemasan unuk mempermudah karakteristik suatu produk.
2.	Kualitas Produk (X2)	Karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan. <sup>12</sup>	1. Kinerja 2. Kesesuaian dengan spesifikasi 3. Fitur 4. Estetika 5. Kesan Kualitas <sup>13</sup>	a. Kualitas kinerja karakteristik dasar akan suatu produk. b. Karakteristik suatu produk yang terdiri dari standar, wujud maupun desain produk. c. Karakteristik suatu produk

<sup>10</sup>Syafrida Hafni Sahir, dkk. "Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas Medan", *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No. 1 (2016) : 3

<sup>11</sup>Teungku Putri Lindung Bulan, dkk, "Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa", *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, No. 2 (2017) : 732-733

<sup>12</sup>Suharni Rahayu dan Joko Haryanto, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Majalah Media Asuransi (Studi Kasus : PT. Media Asuransi Indonesia), *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 1, No. 1 (2017) : 66

<sup>13</sup>Inka Janita Sembiring, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 15, No.1 (2014) : 3

				<p>yang digunakan untuk melengkapi akan manfaat utama dari produk.</p> <p>d. Keunggulan desain suatu produk terhadap fungsi produk itu sendiri berdasarkan bentuk produk, tampilan, maupun rasa yang didasarkan akan kebutuhan konsumen.</p> <p>e. Hasil penggunaan pengukuran informasi tidak langsung oleh konsumen karena adanya kemungkinan bahwa konsumen kekurangan informasi atau tidak memahami produk yang diinginkan</p>
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Aktivitas dalam menentukan tindakan suatu pembelian barang atau jasa. <sup>14</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan Masalah</li> <li>2. Pencarian Informasi</li> <li>3. Evaluasi Alternatif</li> </ol>	<p>a. Didorong dari adanya kebutuhan terhadap sebuah produk sehingga memunculkan</p>

<sup>14</sup>Teungku Putri Lindung Bulan, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5, No. 1 (2016) :432-433

			<p>4.Keputusan Pembelian</p> <p>5.Perilaku Pasca Pembelian<sup>15</sup></p>	<p>rasa tertarik pada produk.</p> <p>b. Mencari tahu tentang produk yang diinginkan, sehingga konsumen mencari tentang karakteristik produk tersebut.</p> <p>c. Memperhatikan fitur-fitur pada produk tersebut dan melakukan perbandingan.</p> <p>d. Mengambil keputusan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya.</p> <p>e. Melakukan pembelian ulang setelah melakukan keputusan pembelian.</p>
--	--	--	---	--

## G. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Wawancara yakni proses pengambilan suatu data yang dilakukan dengan tanya jawab kemudian dibantu dengan sejumlah pertanyaan yang diajukan oleh subyek dalam riset ini. pertanyaan-pertanyaan secara lisan pada subjek. Ketika mengajukan pertanyaan, peneliti dapat berbicara secara

---

<sup>15</sup>Teungku Putri Lindung Bulan, dkk, “Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, No. 2 (2017) : 734

tatap muka dengan responden atau jika perlu hal ini tidak dapat dilakukan, dapat juga melalui alat komunikasi.<sup>16</sup>

## 2. Angket (Kuesioner)

Pengumpulann data selama survei menggunakan metode kuesioner, yaitu memberikan daftar responden atau angket kepada responden. Angket adalah proses penggabungan data yang diberikan oleh respon dengan memberikan pertanyaan untuk dijawab atau membuat pernyataan tertulis. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif ketika peneliti mengetahui variabel yang akan diukur mengetahui apa yang diharapkan dari responden.<sup>17</sup> Daftar jawaban survei yang harus diisi oleh responden diberikan dalam skala Likert, yaitu rentangan 1 sampai dengan 5, dimana:

STS	: Sangat Tidak Setuju
TS	: Tidak Setuju
N	: Netral
S	: Setuju
SS	: Sangat Setuju

## H. Uji Validitas dan Reabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dimanfaatkan untuk mengukur kuesioner tersebut valid atau tidak. Angket dapat dikatakan valid apabila item-item pertanyaan yang terdapat didalam angket menjelaskan maksud dari yang ada dalam angket tersebut. Pengujian ini digunakan untuk membandingkan nilai  $r$  hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada *Output Cronbach Alpha*) dengan nilai tabel  $r$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ . Hal ini,  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah struktur pada tingkat nilai 0,05. Jika angka  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel berkorelasi positif maka butir pertanyaan tersebut valid. Hal tersebut menyatakan, butin pertanyaan dianggap valid jika kuesioner memiliki korelasi positif signifikan dengan unit variabel total.

---

<sup>16</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat , 2017 ), 105

<sup>17</sup>Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 98.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yakni suatu pengukuran yang dilakukan oleh peneliti apabila dalam melakukan pengukuran terdapat memperoleh kesamaan pada hasil dan hal tersebut dilakukan pada semua item pertanyaan yang dinyatakan valid. Pengujian ini dilakukan untuk melihat kuesioner yang disitu tertera sebagai indikator yang terstruktur. Kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika dari waktu ke waktu respon seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil. Variabel valid jika memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0.60$ .<sup>18</sup>

### I. Teknik Analisis Data

Analisis data digunakan untuk menganalisis dan menyusun data yang secara teratur dan data tersebut diterima untuk menarik kesimpulan yang dapat dengan dengann mudah diterima oleh diri sendiri atau individu lain. Adapun teknik data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni :

#### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah pengolahan data variabel-variabel penelitian sehingga dappat dengan mudah dibaca dan dipahami oleh orang yang mempunyai kepentingan, maka akan diuraikan dalam bentuk tabel grafik. Ukuran deskriptif yang sering digunakan untuk menggambarkan data survei adalah frekuensi dan rata-rata.<sup>19</sup>

#### 2. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dipakai untuk menunjukkan rasio antar variabel bebas. Untuk mengetahui apakah variabel bebas saling berhubungan, variabel ini tidak membuat variabel persegi panjang. Variabel peersegi panjang merupakan variabel bebas yang rasio variabel bebasnya sama dengan nol. Untuk memahami apakah uji multikolinearitas terdapat multikolinearitas atau

---

<sup>18</sup> Wiratna Suwarjeni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 158.

<sup>19</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat , 2017 ), 116

tidak maka dapat dilihat dengan melihat nilai Tolerance dan nilai Variance Inflation Vektor (VIF). Jika nilai Tolerance  $> 1$  atau dengan nilai VIF  $< 10$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi..<sup>20</sup>

#### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimanfaatkan untuk mengukur dalam model regresi terdapat korelasi dengan masalah pengganggu pada periode  $t$  dengan problem pada period  $t-1$  (sebelumnya). Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DWTes) dengan kriteria :

- 1) Apabila nilai D-W berada di antara batas atau *Upper Uound* (DU) dan (4-DU), dapat dikatakan koefisien autokorelasi sama dengan nol, yaitu tidak ada korelasi.
- 2) Apabila nilai DW lebih rendah dari Batas Bawah (DL), dapat dikatakan koefisien autokorelasi lebih besar dari nol yang berarti terdapat korelasi yang positif.
- 3) Apabila DW lebih besar dari (4-DL), dapat dikatakan koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol, yang berarti terdapat autokorelasi negatif.
- 4) Apabila nilai DW berada di antara atas (DU) dan bawah (DL) atau antara DW diantara (4 -DU) dan (4 -DL), dapat dikatakan hasilnya tidak dapat disimpulkan.<sup>21</sup>

Keterangan :

DU : Batas Atas

DL : Batas Bawah

DW : Durbin Watson

#### c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas bertujuan untuk mempelajari perbedaan penyimpangan *variance*

---

<sup>20</sup>Yeri Sutopo dan Ahmad Slamet, *Statistik Inferensial*(Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), 41

<sup>21</sup>Yeri Sutopo dan Ahmad Slamet, *Statistik Inferensial* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), 46.

*residual* dari satu periode pengamatan monoton ke periode pengamatan lainnya. Selanjutnya untuk mengetahui ada dan tidaknya heteroskedastisitas hal ini dapat dilihat melalui Scatteplot. Sedangkan untuk regresi yang tidak mengalami heteroskedastisitas, titik-titik data menyebar dari atas ke bawah di sekitar angka 0.<sup>22</sup>

#### b. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk memeriksa adakah dalam model regresi, variabel dependen atau variabel independen dalam model regresi berdistribusi normal. Penelitian ini mengkaji data yang berdistribusi normal atau tidak dengan melihat *Normal Probability Plot*. Adapun model regresi yang benar jika mempunyai distribusi normal yang mendekati atau tidak. Hal tersebut bisa dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.<sup>23</sup>

### J. Analisis Data

#### a. Analisis Regresi Berganda

Peneliti menggunakan analisis regresi berganda untuk memprediksi bagaimana keadaan suatu variabel tergantung (naik) jika dua atau lebih variabel independen dimanipulasi sebagai prediktor (nilai tambah). Dengan demikian, analisis regresi berganda bisa dilaksanakan jika jumlah variabel bebas paling sedikit dua. Analisis regresi ganda adalah :<sup>24</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

X<sub>1</sub> = Variabel Independen (Label Halal)

X<sub>2</sub> = Variabel Independen (Kualitas Produk)

a = Konstanta

<sup>22</sup>Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,160.

<sup>23</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Progam SPSS* (Semarang: UNDIP Press, 2011), 160.

<sup>24</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2005), 250.

$b$  = Koefisien Regresi (Nilai peningkatan atau penurunan)  
 $e$  = Standart error

Secara teknis lebih mudah mengurangi kesalahan manusia dengan menggunakan perhitungan statistik dengan memakai bantuan SPSS untuk *Windows Versi 16.0*.

**b. Uji Signifikansi Parameter Parsial ( Uji t )**

Tujuan dari pengujian uji T ini untuk mengetahui uji koefisien regresi parsial adanya variabel independen secara individual dapat mempengaruhi variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai  $\alpha > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $\alpha < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

**c. Uji Signifikansi Simultan ( Uji Statistik F )**

Uji F merupakan uji persamaan dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dengan kriteria :

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  artinya menerima daerah hipotesis nol ( $H_0$ ) artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel bebas tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat(Y).

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hasilnya yakni tidak menerima hipotesis nol ( $H_0$ ) dengan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yang berarti bahwa data yang dipakai secara statistik meyakinkan bahwa semua variabel bebas mempengaruhi nilai variabel terikat (Y).

**d. Koefisien Determinasi (  $R^2$  )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika  $R^2$  lebih besar, persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) lebih besar. Jika  $R^2$  menurun, maka persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) menurun.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup>Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 164.