

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan antar variabel penelitian pada penelitian ini menggunakan hubungan kausalitas. Hubungan kausalitas merupakan hubungan sebab akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.¹ Penelitian kausalitas menentukan secara konkret variabel yang menjadi suatu penyebab atas suatu gejala.² Pada penelitian ini Labelisasi Halal, *Halal Awareness*, Harga dan Promosi merupakan variabel bebas dan Keputusan Pembelian merupakan variabel terikat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena hasil pengolahan datanya dijelaskan dengan angka.³ Program SPSS Statistik dan analisisnya digunakan untuk menguji hipotesis, menunjukkan korelasi antar variabel, dan memperkirakan dan memprediksi temuan penelitian yang memenuhi harapan yang diinginkan, yang selanjutnya diproses menggunakan kuesioner atau instrumen kuesioner.

a) Data Primer

Data 'primer' adalah data yang dikumpulkan langsung dari subjek itu sendiri. Observasi di lapangan merupakan sumber informasi utama. Konsumen milenial generasi Z di Kabupaten Kudus disurvei untuk mengumpulkan data primer penelitian, dengan menyebar angket/kuesioner.

b) Data sekunder

Istilah "data sekunder" mengacu pada informasi yang telah diperoleh dari sumber lain atau secara tidak langsung.⁴ Sumber informasi sekunder mencakup literatur seperti buku atau artikel yang ditemukan dalam jenis publikasi lain, seperti media elektronik atau cetak. Bahan buku atau jurnal yang berkaitan

¹ Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprinan Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi* (Medan: UMSU, 2014): 85.

² Sigit Hermawan & Amirullah, *Metologi Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016): 26.

³ Nanang Martno, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data sekunder* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016):20.

⁴ Anwar sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011):104.

dengan labeling halal, *halal awareness*, harga, dan promosi digunakan dalam penelitian ini sebagai sumber kedua.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden generasi Z di Kabupaten Kudus, yang pernah melakukan Pembelian dan mengkonsumsi produk Mi Samyang. lokasi yang dipilih adalah area tempat umum yang ramai pengunjung (taman, supermarket, kampus, dll) dan yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu semua masyarakat Kabupaten kudus yang berusia 11-25 tahun dan merupakan konsumen dari mi Samyang. Pengumpulan data yang digunakan melalui penyebaran kuesioner dengan media *google form* kepada responden.

C. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi suatu penelitian adalah sekelompok orang yang memiliki sifat dan ciri yang sama dengan topik atau subjek yang sedang dipelajari. Subyek penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Kudus dengan rentang usia peneliti untuk membuat sebuah kesimpulan. Penelitian ini menggunakan generasi Z di Kabupaten Kudus dengan minimal usia 11 sampai 25 tahun dengan catatan pernah membeli serta mengkonsumsi Mi Samyang sebagai populasi, sehingga jumlahnya tidak diketahui secara jelas dan pasti.

b) Sampel

Sampel dapat berupa sebagian atau representasi dari semua hal yang diteliti dalam penelitian ini. Sampel penelitian yaitu sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.⁵ Peneliti menggunakan pendekatan *purpose sampling* untuk mengumpulkan sampel, yaitu proses menentukan apakah sampel memenuhi kriteria untuk dimasukkan dalam suatu penelitian atau tidak. Rumus *Cochran* digunakan dalam sampel penelitian ini karena jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terbatas.⁶:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Informasi:

n : Jumlah sampel yang diinginkan

Z : Harga pada kurva normal untuk deviasi 5% (1,96)

⁵Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:ALFABETA, 2014):80.

⁶Umi Narimawati dan Dadang Mundadar, *Teknik Pengambilan Sampel: Teori dan Praktek menggunakan SPSS 15*, (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2008):27.

P : Peluang yang diharapkan 50% = 0,5

q : Probabilitas tak terduga atau 1-p 50% = 0,5

e : tingkat kesalahan 10% = 0,10

Berdasarkan rumus di atas, maka perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2)(0,5)(0,5)}{(0,10)^2} = 96,04$$

Hasil perhitungan sampel diatas, menunjukkan sampel minimal yang harus diambil adalah 96,04 = 100 orang/responden. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kudus yang berusia 11-25 tahun dengan pertimbangan pernah membeli produk mi Samyang.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

1) Variabel penelitian

Variabel penelitian dapat mengambil berbagai bentuk sehingga mereka dapat lebih memahami apa yang mereka lihat. Berikut variabel yang digunakan dalam penyelidikan ini:

- 1) Variabel Independen (bebas): Istilah ini mengacu pada variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel terikat (dependen). Di antara faktor independen dalam penelitian ini adalah sertifikasi halal, *halal awareness*, harga, dan promosi.
- 2) Variabel 'dependen' dapat didefinisikan sebagai variabel yang bergantung pada variabel 'independen' (bebas). Keputusan pembelian adalah variabel dependen penelitian ini.

2) Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel merupakan metode yang digunakan peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan untuk mereplikasi pengukuran dengan dengan cara yang sama atau bahkan meningkatkannya ke arah yang lebih baik.⁷ Berbagai aspek yang mendukung penelitian ilmiah yang telah tergabung dalam operasionalisasi variabel penelitian harus dipahami agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai rencana. Berikut adalah penjelasan yang kami maksud dengan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

1. Labelisasi Halal merupakan pernyataan tertulis yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan

⁷ Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian: *Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012):99.

bahwa suatu produk pangan halal sesuai dengan syariat Islam.⁸ Ini adalah tujuan pelabelan untuk memastikan bahwa individu yang makan atau minum produk dilindungi oleh hukum. Pengukuran variabel Labelisasi Halal berdasarkan kuesioner berlandaskan indikator yang disusun Tanti Handriana pada tahun 2020 meliputi teks, gambar, dan kombinasi gambar dan tulisan.⁹ Indikator tersebut dikembangkan menjadi 5 item pertanyaan menggunakan skala *linkert* 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.

2. *Halal Awareness* merupakan kesadaran atau tingkat pemahaman seseorang untuk mengkonsumsi produk yang jelas status kehalalannya.¹⁰ Pengukuran variabel *Halal Awareness* menggunakan kuesioner berlandaskan indikator yang disusun oleh Tanti Handriana pada tahun 2020, yang terdiri dari menyadari dan mengetahui produk halal, menyadari dan mengetahui komposisi dari bahan-bahan yang halal, menyadari dan mengetahui bahwa produk yang dikonsumsi benar-benar halal.¹¹ Indikator tersebut dikembangkan menjadi 5 item pertanyaan menggunakan skala *linkert* 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
3. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk ataupun jasa, harga menjadi salah satu unsur campuran pemasaran yang dapat menciptakan pendapatan.¹² Seperti yang dirancang oleh Harun Al Rasyid pada tahun 2018, kuesioner berbasis indikator digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan berapa banyak yang bersedia dikeluarkan konsumen untuk suatu produk tertentu. Berdasarkan kriteria “sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “netral”, “setuju”, “sangat setuju”, indikator tersebut dibangun menjadi lima item pertanyaan dengan menggunakan skala Linkert 1-5.

⁸ Hernama *dkk.*, “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor Di Kalangan Mahasiswa: 54.

⁹ Tanti Handriana *dkk.*, “Purchase Behavior Of Millennial Female Generation On Halal Cosmetic Products”:21.

¹⁰ Nurul Fadillah *dkk.*, “Pengaruh Kesadaran Halal, Kualitas Pelayanan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Martabak Buffet Ahmad Salim Medan”, *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam* 3, no.2 (2021):206.

¹¹ Tanti Handriana *dkk.*, “Purchase Behavior Of Millennial Female Generation On Halal Cosmetic Products”, *Journal of Islamic Marketin* (2019):21.

¹² Muizzudin *dkk.*, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Botol Sosro”, *Journal of Islamic Economics, Business and Finance* 10, no.2 (2020):140.

4. Promosi yaitu cara yang digunakan untuk memberikan informasi, membujuk, merayu dan mengingatkan konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung mengenai suatu brand produk yang akan di jual. Maka dari itu promosi adalah cara yang ampuh untuk menarik atau mempertahankan konsumen.¹³ Pengukuran variabel promosi menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Charlie Barnando pada tahun 2015, yang terdiri dari 5 item pertanyaan menggunakan skala *linkert* 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
5. Keputusan pembelian merupakan semua proses yang di lalui konsumen untuk menggali masalah, mendapatkan solusi, mencari alternative, serta memilih di antara banyak pilihan.¹⁴ Variabel promosi diukur menggunakan kuesioner berlandaskan indikator yang dikembangkan oleh Akrim Ashal Lubis di tahun 2015 dan disusun kembali oleh Tantri Hadriana pada tahun 2020 terdiri dari Merek, Penyalur, Kuantitas, Waktu dan Metode Pembayaran. Indikator tersebut dikembangkan menjadi 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala *linkert* 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sekelompok metode yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian, apakah itu primer atau sekunder. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, perlu untuk mengumpulkan data secara progresif dan standar. Untuk mencapai tujuan penelitian, diperlukan pengumpulan data. Prosedur pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner (kuesioner)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan mendistribusikan daftar pertanyaan kepada sekelompok orang, dan kemudian memungkinkan mereka untuk menjawabnya.¹⁵ Responden menjawab pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, yang kemudian diberi skor pada skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang pemikiran dan pandangan orang tentang berbagai mata pelajaran,

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2013): 198.

¹⁴ Etta Mamang Sangaji dkk., *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan jurnal Penelitian*:332.

¹⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmi-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana prenadamedia,2014):133.

termasuk masalah sosial. Ada lima kategori pertanyaan pada skala Linkert:

- a. Jika jawaban sangat setuju, diterapkan skor 5 (SS)
- b. Jika jawaban setuju, skor 4 diterapkan (S)
- c. Jika respon ragu-ragu/kadang-kadang/netral, skor 3 digunakan (N)
- d. Jika jawaban tidak setuju digunakan skor 2 (TS)
- e. Jika jawaban sangat tidak setuju digunakan skor 1 (STS)

Skala *likert* yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* sebagai alat ukur dapat membuat *checklist*, maupun pilihan ganda dengan tujuan untuk memudahkan responden yang tidak dapat bertemu secara langsung.¹⁶

F. Metode Analisis Data

Perangkat lunak *IBM SPSS Statistics 23* dan *Microsoft Exel 2010* digunakan untuk melakukan analisis, pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Memanfaatkan berbagai pendekatan analisis data, yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Jawaban responden terendah, tertinggi, rata-rata, dan varians dijelaskan dan dikelompokkan menggunakan analisis deskriptif.¹⁷ Jenis kelamin, usia, pencapaian pendidikan atau informasi demografis lainnya yang berkaitan dengan variabel penelitian responden.

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a) Uji validitas

Seberapa akurat suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur disebut validitas. Dengan menggunakan angket untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu pertanyaan, beberapa pertanyaan tersebut akan mengungkapkan informasi tentang tes yang telah dilakukan. Uji Validitas Peneliti melakukan uji validitas terhadap instrumen untuk memastikan bahwa instrumen tersebut menggunakan alat yang reliabel. Aplikasi SPSS digunakan untuk menentukan validitas penelitian ini dengan menghitung variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan Y .

¹⁶Mashrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Kitab IKIP Daros):163.

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23 edisi 8*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP,206):19.

b) Uji Reabilitas

Tes reliabilitas adalah kuesioner yang mengevaluasi akurasi dan konsistensi studi dari waktu ke waktu. Kuesioner dapat dianggap kredibel jika pertanyaan di dalamnya tetap konstan sepanjang waktu. Gunakan rumus *Croanbach Alpha* dari *Croanbach Alpha* untuk meningkatkan akurasi (reliabilitas) kuesioner. Jika koefisien reliabilitas (r) lebih besar atau sama dengan 0,6.¹⁸ maka suatu variabel dalam survei tersebut dianggap dapat dipercaya. Jika kesalahan pengukuran minimal, alat ukur lebih akurat, dan jika besar, peralatan kurang akurat.

Tabel 3.2
Interpretasi Derajat Keandalan

Rentang Nilai	Kalsifikasi
0,000-0,200	Tingkat keandalan yang sangat rendah
0,201-0,400	Tingkat keandalan yang rendah
0,401-0,600	Tingkat keandalan yang memadai
0,601-0,800	Tingkat keandalan yang tinggi
0,801-1.000	Tingkat keandalan yang sangat tinggi

3. Uji asumsi klasik

Pengujian asumsi untuk model regresi dan ada atau tidaknya masalah dilakukan melalui Uji Asumsi Kalsik Kita harus melakukan pengujian ini agar model regresi saat ini memiliki arti sama sekali. Adapun pengujian ini secara detailnya sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau variabel residual dalam model regresi berdistribusi teratur atau tidak. Analisis grafis dan uji statistik dapat digunakan untuk melakukan studi ini. Ketika nilai residual dalam model regresi terdistribusi normal, kita memiliki model regresi yang layak. Dalam penelian ini uji normalitas datanya menggunakan metode grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*. Jika temuan data

¹⁸ Syofian siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Rajawali Pers,2014):175

berupa titik-titik yang tersebar sepanjang baris dan mengikuti garis diagonal, maka data tersebut dianggap berdistribusi teratur.¹⁹

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas model regresi menentukan apakah variabel bebas memiliki hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna. Untuk mengidentifikasi korelasi antar variabel independen dalam model regresi, dilakukan uji Multikolinearitas. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dalam model regresi yang ideal.

Model penemuan tunggal digunakan untuk pengujian multikolinearitas, yaitu *tolerance* dan *Variance Inflation Factors (VIF)*. Dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau nilai VIF ≤ 10 .

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dari satu pengamatan berbeda variansnya dengan residual dari pengamatan berikutnya. Disebut heteroskedastisitas jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berfluktuasi. Homoskedastisitas terjadi ketika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain konstan. Seharusnya tidak ada heteroskedastisitas atau homoskedastisitas dalam model regresi. Pendekatan analitis dapat digunakan untuk menentukan apakah ada heteroskedastisitas atau tidak:

- a. Heteroskedastisitas terjadi jika terbentuk gambar-gambar tertentu, seperti titik-titik yang menyerupai gambar yang rapi dan teratur.
- b. Tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak terdapat gambaran yang nyata dan titik-titik tersebar di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y.²⁰

4. Teknik analisis data

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Permintaan masa depan untuk suatu produk atau layanan dapat diprediksi dengan menggunakan data historis dan regresi linier berganda. Tujuannya adalah untuk

¹⁹Dwi Priyanto, *Tips Belajar Analisis Data Menggunakan SPSS 20* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 144-147.

²⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program IBM SPSS 23 edisi* 8: 134.

membangun hubungan sebab akibat antara variabel independen dan dependen. Dalam percobaan ini terdapat empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Persamaan berikut untuk regresi linier berganda adalah valid:²¹

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefisien regresi
X1	= Efek Labelisasi Halal
X2	= <i>Halal Awareness</i>
X3	= Harga
X4	= Promosi
Y	= Keputusan Pembelian
e	= tingkat kesalahan

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Gunakan koefisien determinasi (R^2) untuk menentukan seberapa dekat hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Tidak ada cukup variabel independen untuk menjelaskan sebagian besar varians dalam variabel dependen, yang menunjukkan skor R^2 yang rendah.²²

3) Uji Signifikansi Keseluruhan Regresi Sampel (Uji statistik F)

Hubungan antara semua faktor independen dan variabel dependen diperiksa melalui penggunaan pengujian simultan. Untuk melakukan pengujian ini dapat dibandingkan dengan F_{tabel} dengan F_{hitung} . Jika F_{hitung} melebihi F_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terkait.²³

4) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t)

Untuk setiap variabel independen, uji t-statistik digunakan untuk melihat apakah ada pengaruhnya. Agar variabel independen dianggap signifikan, nilai signifikansi harus lebih kecil dari 0,05.²⁴

²¹Duwi Priyatno, *Pengertian Analisis Statistik Data Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Mediakom, 2010): 67.

²²Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011):97.

²³Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program IBM SPSS 23 edisi*: 171.

²⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program IBM SPSS 23 edisi* 8: 171.