

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan atau *field research*. Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dalam keadaan secara ilmiah dengan didahului adanya campur tangan yang berasal dari pihak peneliti terhadap keadaan yang ada di lapangan.¹ Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti yang empirik, untuk menguji dan menjelaskan mengenai pengaruh labelisasi halal, *brand image* dan *product quality* terhadap minat beli produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Le Minerale dengan melakukan studi kasus pada masyarakat muslim di Kabupaten Kudus.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang di landaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi maupun sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.² Penelitian ini dilakukan dengan adanya tiga variabel independen dan satu variabel dependen sebagai akibat dari adanya variabel independen.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian berisi lokasi dan waktu penelitian dilaksanakan. Lokasi penelitian adalah situasi dan kondisi lingkungan sebuah penelitian dilaksanakan. Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Kudus. Sedangkan waktu penelitian adalah situasi masa pelaksanaan penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian ini yaitu pada 04 April – 20 Mei 2022.

¹ Saiful Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2001), 21.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 13.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki *sifat up to date*. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden.³

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder juga bisa dikatakan data yang didapatkan secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data sekunder dapat diperoleh dari buku, jurnal, dan lain – lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal penelitian terdahulu dan sumber internet.⁴

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lebih lanjut dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kabupaten Kudus yang beragama Islam dan memiliki minat beli atau yang pernah membeli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Le Minerale yang jumlahnya tidak diketahui.

³ Sandu Siyoto dan M Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 68.

⁴ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 68.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 72.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh suatu populasi, atau sebagian kecil dari total populasi yang digunakan untuk penelitian.⁶ Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* yang berarti di mana setiap unsur sampel tidak dapat memberikan peluang yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel.⁷ Dalam memperoleh data kuesioner, peneliti menggunakan metode *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada kondisi kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bilamana orang kebetulan yang ditemui peneliti dipandang cocok sebagai sumber data. Penelitian ini menggunakan penentuan jumlah sampel dengan mengacu pada tabel penentuan sampel menurut Sugiyono

Tabel 3.1
Penentuan Jumlah Sampel Menurut Sugiyono

N	S		
	1%	5%	10%
100	87	78	73
1000	399	258	213
10000	622	336	263
100000	659	347	270
800000	663	348	271
900000	663	348	271
1000000	663	348	271
∞	664	349	272

Penelitian dengan populasi tidak diketahui jumlahnya menggunakan taraf kesalahan sebesar 10% dan mendapatkan hasil sampel sebesar 272.⁸ Maka besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan jumlah tersebut yaitu 272 responden.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 81

⁷ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 80.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 87.

E. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁹ Identifikasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen, variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Labelisasi Halal (X_1), *Brand Image* (X_2) dan *Product Quality* (X_3).
2. Variabel Dependen, variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, *kriteria*, *konsekuen*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁰ Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat Beli (Y).

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan ciri – ciri variabel tersebut yang dapat diamati. Variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel sebelum dilakukan analisis instrumen, serta sumber pengukuran dari mana.¹¹ Dalam penelitian ini, variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 40.

¹⁰ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Departemen Agama Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat STAIN Kudus, 2009), 135.

¹¹ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), 77.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Referensi
Labelisasi Halal (X ₁)	Labelisasi Halal adalah kegiatan membubuhkan tulisan pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk adalah produk halal.	1. Memperhatikan pencantuman keterangan halal	Melihat label halal pada kemasan Memperhatikan pernyataan label halal pada kemasan	Harie Lutfie et al., “Which is More Important ? Halal Label or Product Quality?”, 3 rd International Seminar and Conference on Learning Organization (ISCLLO), 2015
		2. Memperhatikan letak label halal	Letak label halal mudah ditemukan Pencantuman label halal ideal	
		3. Memberikan kepastian produk	Bahan yang digunakan aman Aman saat digunakan	
		4. Memberikan jaminan keamanan	Bahan terjamin keamanannya	
Brand Image (X ₂)	Brand Image adalah representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek yang terbentuk melalui informasi dan pengalaman masa lalu dari merek itu sendiri.	1. <i>Corporate image</i>	Merek mudah diingat	Raditya Bayu et al., “Analysis Op The Effect Of Brand Image, Product Quality and After-Sales Service on Repurchase Decision of Samsung Smarthpones,” Russian
			Merek terkenal	
		2. <i>User image</i>	Membuat bangga	
			Merek mencerminkan status sosial	
		3. <i>Product image</i>	Memiliki karakteristik jelas	
			Memberikan kesan positif	
Mudah digunakan				

				<i>Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences (RJOAS) 8, no. 92 (2019)</i>
<i>Product Quality (X₃)</i>	<i>Product Quality</i> adalah salah satu sarana positioning utama pemasar, kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau layanan.	1. <i>Performance</i>	Efek penggunaan produk	Harie Lutfie, dkk., “Which is More Important ? Halal Label or Product Quality”, 3 rd <i>International Seminar and Conference on Learning Organization (ISCLO), 2015</i>
			Produk cocok dengan kebutuhan	
		2. <i>Features</i>	Kombinasi produk berbagai ukuran	
			Varian kemasan produk	
			Menggunakan produk menjadi segar	
		3. <i>Reliability</i>	Tidak iritasi setelah menggunakan produk	
		4. <i>Conformance to specification</i>	Bentuk kemasan ideal	
	Bentuk kemasan mudah di bawa			
	5. <i>Durability</i>	Kemasan tidak mudah rusak		
		Masa kadaluarsa		

			produk	
		6. <i>Service ability</i>	Penjual produk ramah	
			Produsen penjualan produk	
			Layanan konsumen produk	
		7. <i>Aesthetic</i>	Bentuk kemasan unik	
			Warna kemasan menarik	
		8. <i>Perceived quality</i>	Produk memiliki kualitas bagus	
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah penilaian subjektif individu terhadap suatu produk yang akan mempengaruhi perilaku pembelian individu	1. Minat transaksional	Minat membeli suatu produk	Aristia Rosiani Nugroho dan Angela Irena, "The Impact of Marketing Mix, Consumer's Characteristics, and Psychological Factors to Consumer's Purchase Intention on Brand "W" in Surabaya", <i>International Business Manageme</i>
		2. Minat preferensial	Preferensi utama suatu produk	
		3. Minat referensial	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	
		4. Minat eksploratif	Mencari informasi suatu produk	

				nt 5, no. 1 (2017)
--	--	--	--	-----------------------

G. Teknik Pengumpulan Data

Adapun cara untuk memperoleh data dan informasi di lapangan, maka peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

1. Metode Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.¹² Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka. Dalam penelitian ini bentuk kuesioner yang digunakan yakni pertanyaan tertutup, dimana responden hanya memilih jawaban sesuai pilihan yang ada didalamnya. Penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang suatu objek dan fenomena tertentu. Pertanyaan identitas dan pertanyaan variabel pada kuesioner dimasukkan ke dalam skala likert skor 1 - 5 dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju : skor 5
- b. Setuju : skor 4
- c. Netral : skor 3
- d. Tidak Setuju : skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju : skor 1¹³

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data atau berbagai dokumen yang berkaitan dengan suatu masalah penelitian.¹⁴ Misalnya dokumen pemerintah, hasil penelitian, foto - foto atau gambar, buku, jurnal, data

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*, 142.

¹³ I'anut Thoifah, *Statistika Pendidikan Dan Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. Madani (Kelompok Intrans Publishing) (Malang, 2015), 40.

¹⁴ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*, 84.

statistik, undang - undang, literatur lainnya yang memiliki relevansi dengan penelitian, dan lain sebagainya.¹⁵ Data tersebut nantinya akan menjadi acuan pokok dalam memaparkan suatu masalah dalam penelitian. Selain itu penggunaan metode ini digunakan untuk memperkuat dan mendukung informasi - informasi yang didapatkan dari hasil kuesioner (angket).

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid, apabila butir - butir pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner penelitian.¹⁶ Cara mengukur validitas yaitu dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka instrumen atau item - item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka instrumen atau item - item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).¹⁷

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk

¹⁵ W. Gulo, *Metode Penelitian*, ed. Gramedia Widiasarana Indonesia (Jakarta, 2002), 123.

¹⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 158.

¹⁷ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Jakarta: Buku Seru, 2010), 90.

melakukan uji reliabilitas dapat menggunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *cronbach alpha* $> 0,60$ dan begitu sebaliknya jika *cronbach alpha* $< 0,60$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.¹⁸

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu terdapat dua cara yang bisa digunakan yaitu :

1) Analisis grafik

Analisis grafik yaitu dengan melihat melalui penyebaran titik pada sumbu diagonal Normal P-Plot atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Apabila data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Analisis statistik

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah dengan memperhatikan uji statistik *Kolmogorof-Smirnov (K-S)* dengan

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 48.

catatan apabila nilai yang diperoleh $> 0,05$ maka artinya data berdistribusi normal.¹⁹

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas terdapat dua cara yang bisa digunakan yaitu :

1) Analisis grafik

Dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *Scatterplot*. Apabila data yang berbentuk titik - titik membentuk suatu pola atau menyebar, maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Analisis statistik

Selain menggunakan *scatterplot* pada analisis grafik, heteroskedastisitas dapat juga dideteksi dengan analisis statistik melalui uji Glejser. Jika hasil yang diperoleh nilai signifikansinya $> 0,05$ maka dapat dikatakan variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁰

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 225.

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 139-142.

- 1) Nilai *Tolerance*
Nilai *tolerance*, nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$.
- 2) Nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF)
 - a) Jika nilai VIF $> 10,00$ maka terdapat gejala multikolonieritas diantara variabel bebas.
 - b) Jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terdapat gejala multikolonieritas diantara variabel bebas.²¹

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, dan melakukan prediksi pada variabel dependen dengan memakai variabel independen.²² Apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = minat beli
 a = konstanta
 b1 = koefisien regresi labelisasi halal dengan minat beli
 b2 = koefisien regresi *brand image* dengan minat beli
 b3 = koefisien regresi *product quality* dengan minat beli

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106.

²² Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda Dengan SPSS* (Semarang: University Press, 2012), 11.

- X_1 = labelisasi halal
 X_2 = *brand image*
 X_3 = *product quality*
 e = standar *error*²³

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel - variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti kemampuan variabel - variabel bebas hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Kisaran nilai R^2 adalah 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$) atau dari 0% - 100%. Semakin besar nilai R^2 maka semakin besar pengaruh kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.²⁴

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui secara bersama - sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji f diperoleh melalui perbandingan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1, H_2, H_3 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1, H_2, H_3 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

²³ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 61.

²⁴ Nur Salam Dewi Sri Susanti, Yuana Sukmawaty, *Analisis Regresi Dan Korelasi*, ed. CV IRCH (Malang, 2019), 53.

- 3) Adapun kriteria pengujiannya adalah :
 - a) Taraf signifikansi = 0,5 ($\alpha = 5\%$)
 - b) Derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = n - k$
 - c) F_{tabel} yang nilainya dari daftar distribusi F.²⁵

d. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (Uji T) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui secara parsial (masing - masing) pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t diperoleh melalui perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai probabilitas $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 , H_2 , H_3 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara masing - masing variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai probabilitas $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 , H_2 , H_3 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing - masing variabel bebas terhadap variabel terikat.²⁶

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 98.

²⁶ Lina Asmara Wati dan Mimit Primyastanto, *Ekonomi Produksi Perikanan Dan Kelautan Modern Teori Dan Aplikasinya* (Malang: UB Press, 2018), 206.