

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) karena penulis terlibat langsung dalam penelitian¹. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kesadaran halal, sikap dan norma subjektif dengan kesediaan membeli produk halal pada Jepara Resto Pizza di Kecamatan Jepara.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan ini menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif ini penulis lakukan dalam rangka pengujian hipotesis akan diperoleh hubungan antara variable yang sedang diteliti. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau hubungan antara variabel yang diteliti yang pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar².

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti³. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Jepara Resto Pizza yang berdomisili di Kecamatan Jepara, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁴. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu dengan metode

¹ Pror Dr H M Burhan Bungin dan S Sos, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (Kencana, 2005): 56.

² Saifuddin Azwar, "Metode Penelitian, Edisi I," *Pustaka Pelajar, Yogyakarta*, 2007: 5.

³ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi penelitian bisnis: untuk akuntansi & manajemen* (Yogyakarta: BPF, 2002): 115.

⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D" (Bandung: Alfabeta, 2019): 81.

insidental sampling. *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen Jepara Resto Pizza yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel⁵.

Jumlah populasi yang ada dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan. Jika jumlah populasi tidak dapat ditentukan maka untuk penelitian yang terdiri dari beberapa variabel besarnya sampel dapat ditentukan sebanyak 25 kali jumlah variabel independen/bebas⁶. Oleh karena variabel bebas pada penelitian ini ada tiga, maka jumlah minimal sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 75 sampel.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya⁷. Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

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). Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kesadaran halal (X1), sikap (X2) dan norma subjektif (X3).
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. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kesediaan membeli produk makanan halal (Y).

⁵ Sujarweni Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2015): 82.

⁶ Au;gusty Ferdinand, "Metode Penelitian Manajemen" (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2014): 51.

⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D: 39."

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kesediaan membeli produk makanan halal (Y)	Kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian suatu produk	Keinginan konsumen untuk membeli suatu produk makanan halal	<i>Likert</i>
		Kengganan untuk beralih ke produk lain	
		kesediaan untuk memberikan umpan balik positif kepada restoran	
		Kesiapan untuk memberikan referensi produk kepada keluarga, teman, atau rekan kerja	
Kesadaran halal (X1)	Tingkat pemahaman umat muslim dalam mengetahui isu-isu terkait konsep halal	Memastikan proses produksi yang sesuai syariat Islam	<i>Likert</i>
		Hanya membeli produk ketika mengetahui proses produksi sesuai syariat Islam	
		Tanggung jawab halal dari penyedia produk	
Sikap (X2)	Evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan oleh seseorang dalam memilih suatu produk	Lebih suka memilih produk halal	<i>Likert</i>
		Selalu mencari label halal sebelum membeli produk	
		Merasa produk halal itu penting	
		Produk halal merupakan pilihan sendiri	
		Produk halal itu penting bagi banyak	

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Norma subjektif (X3)	Kesadaran seseorang akan tekanan sosial terkait dengan perilaku tersebut	orang	<i>Likert</i>
		Kebanyakan orang merasa penting untuk memilih makanan halal	
		Anggota keluarga lebih menyukai makanan halal	
		Teman-teman dan kerabat akan berpikir saya harus memilih makanan halal	

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari narasumber atau responden⁸. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari jawaban responden penelitian terhadap rangkaian pertanyaan atau pernyataan yang digunakan peneliti. Responden yang menjawab daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut adalah konsumen Jepara Resto Pizza.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan, sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Data sekunder juga bisa digunakan sebagai data pembanding dari data primer⁹. Data sekunder ini penulis memperoleh dari dokumen, arsip buku literatur dan media alternatif lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

⁸ Deni Darmawan, *Metode penelitian kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013): 13.

⁹ Darmawan: 14.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrument pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan para responden¹⁰. Kuesioner penelitian disusun berdasarkan model *Likert* yang terdiri dari lima alternatif jawaban, yaitu SS (Sangat Setuju) dengan skor 4, S (Setuju) dengan skor 3, Ragu-ragu (R) dengan skor 2, KS (Kurang Setuju) dengan skor 1 dan STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 0.

2. Dokumentasi

Pengumpulan dokumen lebih mengarah pada bukti konkret, dengan instrumen ini kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen – dokumen yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, tetapi melalui dokumen. Teknik ini biasanya digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa data sekunder (data yang telah dikumpulkan orang lain). Metode ini biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi ataupun kelembagaan¹¹.

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk.

¹⁰ Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*: 94.

¹¹ Wiratna: 95.

Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item pertanyaan dikatakan valid apabila skor item pertanyaan memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan skor total variabel¹².

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $> 0,6$ ¹³.

2. Pengujian Prasyarat

a. Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal., seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada penelitian ini menggunakan uji statistik. Uji normalitas data dengan teknik *Kolmogorov-Smirnov* yakni menguji normalitas data yang disajikan secara individu. Uji normalitas data dengan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan menghitung nilai residual, yaitu nilai maksimum dari selisih antara Kumulatif Proporsi (KP) dengan harga Z tabel pada batas bawah. Dasar pengambilan kesimpulan adalah apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi

¹² Wiratna: 166.

¹³ Wiratna: 169.

normal. Sedangkan apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal¹⁴.

b. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independent dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independent akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat¹⁵. Uji multikolinieritas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan VIF (*Varian Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antar korelasi bebas. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai *tolerance* lebih besar dari $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas, dan jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$, maka artinya tidak terjadi masalah multikolinieritas.

c. Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai *Durbin Watson* dibandingkan dengan tabel *Durbin Watson* (d_L dan d_U). Kriteria jika $d_L < d_{hitung} < 4-d_U$ maka tidak terjadi autokorelasi¹⁶.

d. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Pendeteksian heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser*, *Glejser* mengusulkan untuk meregres nilai *absolute residual* terhadap variabel independent. Analisis yang dapat dilakukan yaitu dengan melihat signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen (probabilitas signifikansinya diatas

¹⁴ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS" (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2018): 147.

¹⁵ Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*: 185.

¹⁶ Wiratna: 186.

kepercayaan 5%) maka ada indikasi terjadi heterokedastisitas¹⁷.

3. Pengujian Hipotesis

a. Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk melihat bagaimana kedua variabel bebas secara bersamaan dapat memprediksi variabel terikat. Selain itu, analisis regresi sederhana juga digunakan untuk melihat bagaimana masing-masing variabel prediktor dapat memprediksi variabel terikat, dengan persamaan regresi berganda sebagai berikut¹⁸:

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

Keterangan:

Y : koefisien variabel kesediaan membeli

a : konstanta atau bilangan harga $X=0$

b_1 : koefisien variabel kesadaran halal

b_2 : koefisien variabel sikap

b_3 : koefisien variabel norma subjektif

X_1 : nilai variabel kesadaran halal

X_2 : nilai variabel sikap

e : *standart error*

b. Parsial

Uji-t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variable independen secara parsial terhadap variabel dependen, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Analisis parsial uji-t digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari variabel independen secara parsial atau individual dengan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dengan ketentuan jika t hitung < t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan

¹⁷ Wiratna: 187.

¹⁸ Ghozali: 89.

hika t hitung $>$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak¹⁹.

c. Simultan

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel dependen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen atau terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, dengan ketentuan jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak, dan jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima²⁰.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas²¹.

¹⁹ Wiratna: 236.

²⁰ Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS: 85."

²¹ Ghozali: 90.