

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan jenis studi lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data dari lapangan.<sup>71</sup> Pengumpulan datanya memakai kuesioner dalam bentuk *google form*. Dalam jenis penelitian dan pendekatan ini, peneliti melakukan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner dan data berupa angka, tabel, dan perhitungan menggunakan teknik analisis statistik matematis, serta menggunakan hasilnya sebagai dasar pengambilan keputusan atau kesimpulan. Data dari pendekatan kuantitatif terutama berupa gambar dan tabel. Selain itu, tahap analisis hanya dapat dilakukan jika data telah dikumpulkan secara lengkap dan tersedia dalam bentuk tabel untuk pemrosesan statistik.<sup>72</sup>

### B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Negeri Kudus tepatnya pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah yang mengonsumsi kopi Good Day. Penelitian ini juga dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form*. Kuesioner tersebut dibagikan kepada mahasiswa guna dilakukan analisis data yang kemudian digunakan untuk penyusunan penelitian.

### C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang meliputi obyek ataupun subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>73</sup> Populasi dalam penelitian ini yakni mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018 dan angkatan 2019. Berdasarkan hasil observasi didapatkan jumlah mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2018 adalah sebanyak 218 dan jumlah mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 adalah

---

<sup>71</sup>Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta:Deepublish, 2020), 4.

<sup>72</sup>Sonny Eli Zaluchu, "Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif di Dalam Penelitian Agama," *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat* 4, no. 1 (2020): 32-33.

<sup>73</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), 72.

sebanyak 224. Jadi populasi dalam penelitian ini yakni sebanyak 442.

Sampel merupakan bagian dari karakteristik serta jumlah yang dimiliki oleh suatu populasi. Bilamana populasi besar, serta peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang terdapat dalam populasi, contohnya sebab keterbatasan dana, tenaga dan juga waktu, sehingga peneliti bisa mempergunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya juga akan diberlakukan untuk populasi. Sehingga sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).<sup>74</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik sampling probabilitas dalam pengambilan sampel. Dimana proses pemilihan sampel berdasarkan probabilitas yang dilakukan secara objektif sehingga setiap unsur pada populasi memperoleh peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Metode pengambilan sampelnya yaitu *simple random sampling* dikenal juga sebagai pengambilan sampel acak sederhana. *Simple random sampling* merupakan prosedur pengambilan sampel dengan cara yang memungkinkan setiap elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.<sup>75</sup>

Peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel, yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi keseluruhan

e = persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel<sup>76</sup>

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{442}{1+442(0,1)^2} = \frac{442}{5,42} = 81,549815498154$$

Berdasarkan rumus slovin di atas maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 82 responden.

#### D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang terbentuk dan juga ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari supaya didapatkan

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 73.

<sup>75</sup> Nurlina T. Muhyidin, dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2018), 71-72.

<sup>76</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*, 84.

informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>77</sup> Variabel yang dipakai peneliti dapat dibedakan sebagai berikut ini:

1. Variabel Independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen dan dapat berhubungan positif atau negatif dengan variabel dependen. Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu *product knowledge*, *brand image*, dan label halal.
2. Variabel Dependen adalah variabel utama dalam sebuah pengamatan. Variabel ini dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya yakni keputusan pembelian.

Definisi operasional yaitu unsur dalam suatu penelitian yang menginformasikan bagaimana cara mengukur sebuah variabel. Definisi operasional yaitu suatu informasi ilmiah yang membantu peneliti lain yang hendak memakai variabel yang sama.<sup>78</sup>

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Product Knowledge</i> (X1)	<i>Product Knowledge</i> adalah seluruh cakupan informasi yang akurat yang disimpan di dalam memori konsumen, yang nantinya informasi-informasi tersebut dapat membantu sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan atribut produk</li> <li>2. Pengetahuan manfaat produk</li> <li>3. Pengetahuan tentang kepuasan</li> </ol>	<i>Likert</i>

<sup>77</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 60.

<sup>78</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 93.

		tindakan selanjutnya. <sup>79</sup>		
2.	<i>Brand Image</i> (X2)	<i>Brand Image</i> merupakan suatu kesan yang ada dalam benak konsumen mengenai suatu merek yang hal ini dibentuk oleh pesan dan pengalaman konsumen mengenai merek, sehingga menciptakan citra yang ada dalam benak konsumen. <sup>80</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Strenght</i></li> <li>2. <i>Uniqueness</i></li> <li>3. <i>Favorability</i></li> </ol>	<i>Likert</i>
3.	Label Halal (X3)	Label Halal merupakan jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) untuk memastikan bahwa produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gambar</li> <li>2. Tulisan</li> <li>3. Kombinasi gambar dan tulisan</li> <li>4. Menempel pada kemasan</li> </ol>	<i>Likert</i>

<sup>79</sup>Luthfi Maulana Ridwan, dkk, “Pengaruh *Product Knowledge* dan *Brand Association* terhadap *Purchase Intention* Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok,” 70.

<sup>80</sup>Daniel Kurniawan, dkk, “Pengaruh *Brand Image*, *Viral Marketing*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *E-Money Fintech* pada Mahasiswa di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi Covid-19,” 697.

		tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam. <sup>81</sup>		
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil individu karena stimuli (rangsangan), baik yang berasal dari luar individu maupun hal-hal yang ada pada individu sendiri. <sup>82</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku setelah pembelian</li> </ol>	<i>Likert</i>

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu parameter yang memperlihatkan tingkat keandalan ataupun keabsahan suatu alat ukur. Validitas dipergunakan untuk memahami kelayakan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk mendefinisikan suatu variabel.<sup>83</sup> Uji ini juga dipakai untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan di dalam kuesioner mampu menunjukkan sesuatu yang hendak diukur dari kuesioner tersebut. Peneliti memakai metode Korelasi Pearson dalam pengujian validitas data. Uji validitas mempergunakan metode ini dijalankan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan total item skornya. Pengujian signifikansi dijalankan dengan kriteria memakai  $r_{\text{tabel}}$  pada taraf 0,05. Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  dengan taraf 0,05 maka item

<sup>81</sup>Ismayudin Yuliyzar, "Peningkatan Minat Beli Konsumen Melalui DayaTarik Iklan dan label Halal Produk Lipcream Emina pada Universitas Muhammadiyah Tangerang," 3-4.

<sup>82</sup>Siti Kumala Dewi, dkk, "Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil," 107.

<sup>83</sup>Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 89-90.

dikatakan valid. Sementara itu, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan taraf 0,05 maka item dikatakan tidak valid.<sup>84</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menyatakan sejauh mana suatu alat ukur bisa dipercaya atau bisa diandalkan. Uji reliabilitas dipergunakan untuk memahami konsistensi suatu alat ukur, apakah alat ukur yang dipergunakan bisa diandalkan dan tetap stabil apabila pengukuran tersebut diulang kembali. Pengukuran reliabilitas bisa dilakukan menggunakan SPSS yang dapat memberikan fasilitas pengukuran *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Ketika hasil koefisien Alpha lebih besar daripada taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel. Jika hasil koefisien Alpha lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.<sup>85</sup>

## F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan melalui cara memberikan seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden supaya dapat dijawab. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang hendak diukur serta mengetahui apa yang dapat dikehendaki dari responden. Di samping itu, kuesioner juga pantas dipergunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang sangat luas. Kuesioner bisa berupa pertanyaan ataupun pernyataan tertutup dan juga terbuka, bisa diberikan secara langsung kepada responden juga bisa dikirim melalui pos, atau bahkan internet.

Kuesioner di dalam penelitian ini memakai metode tertutup dan variabel yang diukur mempergunakan skala *likert*. Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang hendak diukur diijelaskan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak penyusunan item-item instrumen yang bisa berupa pernyataan ataupun pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang mempergunakan skala *likert* memiliki gradasi dari

---

<sup>84</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 95-96.

<sup>85</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*, 102-103.



sangat positif hingga sangat negatif, yang bisa berbentuk kata-kata diantaranya:

1. STS diberi skor = 1
2. TS diberi skor = 2
3. RG diberi skor = 3
4. ST diberi skor = 4
5. SS diberi skor = 5

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

ST = Setuju

RG = Ragu-ragu/Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju<sup>86</sup>

### G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan sesudah data dari semua responden terkumpul. Kegiatan di dalam analisis data merupakan menggolongkan data sesuai dengan variabel dan juga jenis responden, mentabulasi data sesuai variabel dari keseluruhan responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melaksanakan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta melaksanakan perhitungan untuk menguji hipotesis yang sudah diajukan. Teknik analisis data di dalam penelitian kuantitatif memakai statistik.<sup>87</sup> Metode analisis data yang dilaksanakan melalui pengkajian dan penafsiran data yang ada, analisis data juga dilakukan dengan memanfaatkan program bantuan komputer yaitu SPSS.

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu uji untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi dengan normal ataukah tidak. Model regresi yang baik mempunyai nilai residual yang terdistribusi dengan normal. Apabila data telah berdistribusi normal, residual bisa diamati melalui kurva di output analisis SPSS, yaitu kurva berbentuk lonceng. Secara deskriptif, uji normalitas bisa dijalankan dengan mempergunakan residual regresi histogram standar. Secara statistik, uji normalitas bisa dilaksanakan melalui analisis eksplorasi dan juga penggunaan nilai signifikan pada

---

<sup>86</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 86-88.

<sup>87</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 142.

kolom Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai probability sig 2 tailed  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal. Namun, jika nilai probability sig 2 tailed  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.<sup>88</sup>

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas mempunyai tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi diantara variabel bebas di dalam suatu model regresi linear berganda. Apabila terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel bebasnya, maka kaitan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolonieritas juga dilaksanakan dengan tujuan untuk menghindari kebiasaan dalam mengambil suatu kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mendeteksi multikolonieritas pada suatu model adalah jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah Tolerance.<sup>89</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain. Model regresi yang telah melengkapi persyaratannya yakni bilamana ada varians yang sama dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain tetap ataupun sering disebut sebagai homoskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas bisa diketahui dengan metode *scatterplot* yakni dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya) dimana sumbu Y yaitu Y yang sudah diprediksi, dan sumbu X yakni residual. Jika pada grafik tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan juga di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

---

<sup>88</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: MPI, 2017), 85.

<sup>89</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*, 157.



## d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan suatu keadaan dimana terjadi korelasi dari residual terhadap pengamatan satu dengan pengamatan yang lainnya dan disusun menurut runtutan waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak terdapatnya masalah autokorelasi. Uji autokorelasi mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, bisa dikatakan terdapat masalah autokorelasi. Cara yang dipergunakan sebagai pendeteksian ada atau tidaknya autokorelasi yakni dengan Uji Durbin-Watson (DW test)<sup>90</sup>

## 2. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah suatu proses yang bermanfaat untuk menguji kaitan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen ataupun lebih. Persamaan regresi linier berganda merupakan model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan ini yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai dari variabel dependen (variabel tidak bebas/variabel terikat/variabel yang dipengaruhi) yaitu Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Koefisien konstanta

$X_1$  = *Product Knowledge*

$X_2$  = *Brand Image*

$X_3$  = Label Halal

e = Error<sup>91</sup>

$b_1$  = Koefisien regresi *Product Knowledge*

$b_2$  = Koefisien regresi *Brand Image*

$b_3$  = Koefisien regresi Label Halal

## 3. Uji Hipotesis

## a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t ini dalam regresi berganda dipakai untuk melihat apakah model regresi variabel independen berpengaruh

<sup>90</sup>Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*, 158.

<sup>91</sup>Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*, 194.

secara parsial dan signifikan terhadap variabel dependennya.<sup>92</sup> Pengujian dilaksanakan dengan cara melakukan perbandingan antara nilai  $t_{hitung}$  masing-masing variabel bebas terhadap nilai  $t_{tabel}$  dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ( $\alpha = 0,05$ ) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  (5%) maka  $H_0$  diterima (variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).
- 2) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  (5%) maka  $H_0$  ditolak (variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).<sup>93</sup>

b. Uji Simultan (Uji-f)

Uji-f ini dipakai untuk melihat apakah variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Salah satu cara melaksanakan uji F yakni dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bilamana nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwasanya semua variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.<sup>94</sup>

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yakni untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menggambarkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinan yaitu diantara nol sampai dengan satu. Koefisien ini memperlihatkan seberapa besar presentase variasi variabel dependen. Jika  $R^2$  sama dengan (0) nol, maka variasi variabel independen yang dipakai dalam model tidak dapat menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya,  $R^2$  sama dengan 1, maka variabel independen yang dipakai dalam model dapat menjelaskan 100% variasi variabel dependennya.<sup>95</sup>

---

<sup>92</sup>Gun Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L.*])," *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan* 14, (2020):335.

<sup>93</sup>Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, 141.

<sup>94</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 179.

<sup>95</sup>Masrukin, *Buku Latian SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif dan Inferensial*, (Kudus: Media Ilmu Pers, 2010), 66.