

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2016:50) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Produk (X1), Label Halal (X2) dan Kesadaran Merek (X3). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Variabel moderator dalam penelitian adalah Rekomendasi Kelompok (Z).

Menurut Sugiyono (2012) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

##### **2. Objek Penelitian**

Obyek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian. Obyek dalam penelitian ini adalah label halal, kesadaran merek, keputusan pembelian dan rekomendasi kelompok. Penelitian ini akan dilakukan di BFC Restara Batanghari yang beralamatkan Di Jl. Raya Batanghari, Banar Joyo, Kec. Batanghari lampung timur.

#### **B. Teknik Sampling**

##### **1. Populasi**

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin di teliti oleh peneliti. Seperti menurut Sugiyono (2016:61) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah

keputusan pembelian masyarakat Batanghari untuk membeli BFC Restara

## **2. Sempel**

Adapun teknik pengambilan ukuran sampel dalam penelitian multivariat sebaiknya menggunakan Metode Hair yaitu dengan menggandakan minimal 10 dari total variabel bebas dan terikat (Sinulingga, 2017). Pada penelitian ini terdapat 5 variabel penelitian, dan penulis memilih 20 kali penggandaan, sehingga diperoleh jumlah responden yang diambil sebanyak 68 orang sampel penelitian. Metode penarikan sampel menggunakan incidental sampling yakni teknik penarikan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang cocok menjadi sumber data. Kriteria penentuan populasi dalam penelitian ini adalah Perempuan dari Generasi Y yakni kalangan tua dan generasi Z yakni kalangan muda dan pernah membeli BFC Restara Batanghari

## **C. Definisi Operasional variable**

Pada penelitian ini, terdapat variabel bebas dalam penelitian ini yakni Pengetahuan Produk (X1), Label Halal (X2) dan Kesadaran Merek (X3). Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Variabel Moderator dalam penelitian adalah Rekomendasi Kelompok (Z). Berikut beberapa definisi operasional dari beberapa variabel yang digunakan pada penelitian beserta indikator dalam penelitian ini, yaitu:

### **1. Definisi Konsep**

Pengetahuan Produk adalah sekumpulan berbagai-macam pengetahuan tentang suatu barang. Pengetahuan tersebut mencakup kategori, merk, istilah produk, atribut, price, serta keyakinan mengenai produk.

### **2. Definisi Operasional**

Pengetahuan Produk adalah sekumpulan berbagai-macam pengetahuan tentang suatu barang. Pengetahuan tersebut mencakup kategori, merk, istilah produk, atribut, price, serta keyakinan mengenai produk. Yang dapat diukur melalui kuesioner dengan skala likert yang di berikan kepada pembeli BFC Restara Batanghari.

**Table 3.**  
**Kisi-Kisi Kuesioner**

<b>No</b>	<b>Variable</b>	<b>Indikator</b>	<b>Butiran Angket</b>
1	Pengetahuan Produk (X1)	1) Banyaknya informasi mengenai BFC Restara Batanghari	1,2,3,4,5
		2) Banyaknya responden yang mengetahui adanya BFC Restara Batanghari	6,7,8,9,10
		3) Pengalaman konsumen dalam pembelian BFC Restara Batanghari	11,12,13,14,15
		4) Memprioritaskan pelanggan	16,17,18,19,20
2	Label Halal (X2)	1) Gambar logo halal	1,2,3,4,5
		2) Tulisan Label Halal	6,7,8,9,10
		3) Bahan- Bahan halal	11,12,13,14,15
		4) Mengetahui Label Halal	16,17,18,19,20
3	Kesadaran Merek (X1)	1) Menunjukkan merek	1,2,3,4,5
		2) Kesadaran nama merek	6,7,8,9,10
		3) Keunggulan merek	11,12,13,14,15
		4) Memberikan merek yang menarik	16,17,18,19,20
4	Rekomendasi Kelompok (Z)	1) Pengaruh Rekomendasi Kelompok	1,2,3,4,5
		2) Fungsi Rekomendasi Kelompok	6,7,8,9,10
		3) Pengaruh pilihan produk	11,12,13,14,15
		4) Rekomendasi tempat dari teman	16,17,18,19,20
5	Keputusan Pembelian (Y)	1) Konsumen mengambil keputusan pembelian	1,2,3,4,5
		2) Keputusan promosi	6,7,8,9,10

		3) Keputusan tempat	11,12,13,14,15
		4) Keputusan dari rekomendasi	16,17,18,19,20

Sumber: Pengolahan Definisi Operasional, 2023

## D. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Skala pengukuran jawaban responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan melakukan penyebaran kuesioner responden untuk mengukur persepsi responden dengan skala likert.

**Table 4**  
**Skala Likert**

Keterangan	Positif	Negative
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Cukup Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2019)

### A. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian dengan menggunakan beberapa metode antara lain:

#### 1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data melalui bahan bacaan meliputi literatur, buku, majalah dan berbagai bahan bacaan lain yang relevan dan berhubungan dengan judul penelitian yang memiliki beberapa variabel yang sama dengan penelitian ini.

## 2. Kuesioner (*Questionnaire*)

Penyebaran daftar pertanyaan Responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Kuesioner dibagikan pada responden wanita yang berasal dari Generasi Y (tua) dan Generasi Z (anak hingga remaja) di Batanghari

## **B. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2016:147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data melalui deskripsi dan gambaran dari data yang dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membentuk kesimpulan yang berlaku untuk umum.

## **2. Uji Instrumen Data**

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghazali, 2018:19). Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Di dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan dengan menggunakan rumus Product Moment yang dikemukakan oleh Pearson yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$N$  = Jumlah subjek independent

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat nilai  $x$

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat nilai  $y$

$(\sum x)^2$  = Jumlah nilai  $x$  kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$  = Jumlah nilai  $y$  kemudian dikuadratkan

#### b. Uji Reabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016). Uji reliabilitas sendiri sendiri bertujuan untuk mengukur kuesioner (angket) yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan software SPSS 25 dengan metode Cronbach's Alpha. Rumus yang digunakan adalah

$$r_1 = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Sumber: Sugiyono, 2016)

Keterangan:

$r_1$  = reabilitas instrumen

$n$  = banyaknya butir instrumen

$\sum \sigma_i^2$  = jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  = varian total

### 3. Uji Analisis Data

Uji prasyarat analisis dapat dibedakan atas beberapa jenis, yaitu normalitas data, uji homogenitas data, dan ujian linear data. Adapun pengertian dan uji prasyarat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal, jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternatif yang digunakan adalah statistik non parametrik. Yaitu dengan menggunakan uji *Liliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05. (Suwanto 2021:74).

Dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* ini standar yang ditentukan dengan pedoman keputusan yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka berdistribusi normal.

Hipotesis yang digunakan dalam menyimpulkan keputusan yaitu:

$H_a$  berdistribusi normal dan  $H_0$  tidak berdistribusi normal.

Rumus *Kolmogorov-Smirnov* :

$$KD = 1,36 \frac{n1 + n2}{n1n2}$$

Sumber : (Sugiyono, 2013)

Keterangan :

KD = Jumlah *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

$n_1$  = Jumlah sampel yang diperoleh

$n_2$  = Jumlah sampel yang diharapkan

### b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas data adalah uji persyaratan analisis tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan uji statistik tertentu. Uji ini berkaitan dengan penggunaan uji statistik parametrik, seperti uji komparatif (penggunaan Anova) dan uji independen sampel t test dan sebagainya.

Peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS 22.0 Statistics For Windows dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka varian dari dua atau lebih kelompok



populasi data tidak sama, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama.

### c. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan uji prasyarat untuk mengetahui pola data, apakah data berpola linear atau tidak. Uji ini berkaitan dengan penggunaan regresi linear, maka datanya harus menunjukkan pola yang berbentuk linier.

Peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS 22.0 Statistics For Windows dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka kesimpulannya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel prediktor (X) dengan variabel kriterium (Y), sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka kesimpulannya tidak terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel prediktor (X) dengan variabel kriterium (Y).

## 4. Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan bantuan *software SmartPLS*. PLS-SEM merupakan metode analisis yang sering disebut *soft modelling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Square*) regresi, seperti data harus berdistribusi normal secara *multivariate* dan tidak adanya problem *multikolonieritas* antar variabel independen. PLS pada dasarnya dikembangkan untuk menguji teori yang lemah dan data yang lemah seperti jumlah sampel kecil atau adanya masalah normalitas data (Ghozali dan Latan, 2015). Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut outer model dan model struktural (*structural model*) atau sering disebut inner model.

## 5. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *outer model* ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas pola hubungan antar variabel dari sebuah konsep yang dipresentasikan dengan sebuah model sehubungan dengan masalah yang akan diteliti. Model persamaan pengukuran dapat dirumuskan apabila diagram jalur pola hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen sudah jelas dan koefisien hubungan masing-masing variabel diidentifikasi.

## 6. Model Struktural (*Inner Model*)

*Inner model* menunjukkan hubungan-hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada *substantive theory*. Hasil akhir dari pengujian model struktural dilakukan dengan menggunakan *metode bootstrap (metode nonparametrik)* dikarenakan PLS tidak menggunakan asumsi data terdistribusi normal sehingga pengujian signifikansi parametrik tidak dapat dilakukan. Nilai *standardized coefficient path* ditunjukkan oleh panah hubungan variabel laten. Apabila nilai *standardized coefficient path*  $\geq 0,1$  maka pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen signifikan (semakin besar nilainya, semakin besar pengaruhnya). Bisa juga dinilai melalui skor koefisien path yang ditunjukkan oleh nilai T-statistik, dimana nilainya harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua arah (*two-tailed*) dan diatas 1,64 untuk hipotesis satu arah (*one tailed*) untuk pengujian hipotesis pada  $\alpha = 0,05$  (Ghozali & Latan, 2015). Pada model struktural akan dilakukan uji analisis koefisien jalur, koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dan *effect size* ( $f^2$ ).

### a. Analisis Koefisien Jalur

Pembentukan diagram jalur pada proses PLS-SEM adalah visualisasi dari kerangka konseptual penelitian sehingga lebih mudah dipahami dan dipelajari. Digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (pengaruh) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari masing-masing variable.

### b. Effect Size ( $f^2$ )

*Effect size* (efek moderasi) menunjukkan interaksi antara variabel independen dengan variabel moderating dalam mempengaruhi variabel dependen. Efek moderasi atau *effect size* ( $f^2$ ) dengan nilai 0,02, 0,15 dan 0,35 masing-masing menunjukkan bahwa model lemah, moderate dan kuat. Jika *effect size* yang dihasilkan lemah maka tidak akan berpengaruh terhadap efek interaksi. *Effect size* dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus:

$$f^2 = \frac{R^2_{\text{model with moderator}} - R^2_{\text{model without moderator}}}{1 - R^2_{\text{model with moderator}}}$$

### c. Analisis Korelasi Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi menggunakan  $R^2$  yaitu melihat besarnya pengaruh variabel bebas (Situmorang, 2017: 299). Jika nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variabel terikat.

## 7. Uji Hipotesis Statistik

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode bootstrapping yang sejalan dengan model struktural (inner model). Kriteria pengambilan keputusan menurut Ghazali & Latan (2015) adalah:

1.  $H_0$  diterima jika nilai nilai p-values  $\geq 0,05$  (tingkat signifikansi) atau nilai t statistics  $\leq 1,96$  (rule of thumb)
2.  $H_0$  ditolak ( $H_1$  diterima) jika nilai p-values  $< 0,05$  (tingkat signifikansi) atau nilai t-statistics  $> 1,96$  (rule of thumb).

