

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data untuk tujuan dan kegunaan tertentu dan penelitian didasarkan pada ciri-ciri ilmiah yang rasional. Metode penelitian adalah metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data dinyatakan dalam angka-angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2017:3).

2. Objek dan Lokasi

Dalam penelitian ini yang menjadi sasaran peneliti atau objek yang diteliti adalah Home Industri Bakso Kembar Kota Metro. Penelitian ini dilakukan di Kota Metro yang beralamatkan di Jalan Sutan Syahrir Gang Villa 24b, Tejoagung, kec. Metro Timur, Kota Metro, Provinsi Lampung.

B. Tahapan Penelitian

1. Tahapan Sampling

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:130) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekadar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi keseluruhan karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. (Sugiyono, 2013:148). Berdasarkan penelitian populasi diatas, maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Bakso Kembar di Kota Metro.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto 2014:117). Untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan maka sampel ini diambil menggunakan *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2017) bahwa *accidental sampling* adalah sampel yang diambil berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Berdasarkan hal tersebut maka sampel dalam penelitian ini adalah konsumen dari Home Industri Bakso Kembar Kota Metro yang kebetulan ditemui peneliti saat penelitian. Dalam penelitian ini responden akan diambil selama periode penelitian. Menurut Maholtra (2014), bahwa sampel yang diambil jika populasi tidak diketahui adalah paling sedikit tiga sampai lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini item yang digunakan 19 item indikator ($19 \times 3 = 57$) jadi sampel yang diambil berdasarkan *accidental sampling* sebanyak 57 responden. Dengan beberapa alasan pengambilan sampel ini adalah kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan biaya.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* karena peluang unit populasi untuk menjadi sampel tak dapat diperhitungkan kesempatannya atau dengan kata lain tiap unit memiliki kesempatan yang tak ditentukan untuk menjadi sampel. Adapun beberapa kriteria dalam pengambilan accidental sampling antara lain:

- a. Minimal berusia 17 tahun.
- b. Sudah pernah membeli produk di *Home Industri bakso kembar* minimal sebanyak 3 kali.

2. Tahapan

Tahapan penelitian mencakup langkah-langkah pelaksanaan penelitian dari awal sampai akhir. Masing-masing langkah penelitian diuraikan secara rinci sebagai berikut:

a. Tahapan Awal

Tahapan awal dalam penelitian ini adalah studi pustaka untuk mendapatkan informasi mengenai promosi, harga, terhadap keputusan pembelian, dengan labelisasi halal sebagai *variabel intervening* pada Bakso Kembar. Survei lapangan dilaksanakan dengan cara menyebar kuesioner pada konsumen Bakso Kembar Kota Metro setelah data tersebut diperoleh maka data tersebut direkapitulasi dan dianalisa.

b. Pengumpulan Data

Pengumpulan data berdasarkan informasi dari buku-buku, artikel atau jurnal, dokumen, dan lain-lain yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dan mempelajari literatur yang relevan dengan masalah yang dihadapi, sehingga akan mendukung dan dapat dijadikan sebagai landasan dalam pemecahan masalah. Selain itu literatur juga dimaksudkan untuk mempermudah dalam penilaian dan pengamatan masalah yang dihadapi.

c. Tahapan Akhir

Tahapan ini dilanjutkan pada proses penyusunan hasil pengelolaan data guna disajikan hasil analisa data penyusunan hasil penelitian sampai dengan kesimpulan dan saran.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditentukan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal-hal tersebut yang kemudian akan ditarik sebuah kesimpulannya (Arikunto, 2020). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Eksogen (ξ)

Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel endogen. Variabel eksogen ξ dalam penelitian ini adalah Promosi (ξ_1) dan Harga (ξ_2).

a. Promosi (ξ_1)

Definisi Konseptual:

Promosi adalah salah satu cara guna membuat kesadaran, membagikan informasi, serta mempengaruhi pembeli baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap produk atau jasa yang di tawarkan yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, pemasaran langsung dan publisitas.

Definisi Operasional:

Promosi adalah salah satu cara guna membuat kesadaran, membagikan informasi, serta mempengaruhi pembeli baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap produk atau jasa yang di tawarkan yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, pemasaran

langsung dan publisitas yang dapat diukur dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk Bakso Kembar Kota Metro.

b. Harga (ξ_2)

Definisi Konseptual:

Harga adalah nilai suatu barang yang diberikan kepada pembeli dengan kesepakatan bersama yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, dan penentuan harga jual.

Definisi Operasional:

Harga adalah nilai suatu barang atau sejumlah uang yang diberikan kepada pembeli dengan kesepakatan bersama yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, dan penentuan harga jual yang dapat diukur dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk Bakso Kembar Kota Metro.

2. Variabel Endogen (η)

Variabel endogen adalah variabel yang kemunculannya diasumsikan sebagai akibat adanya variabel sebab atau variabel eksogen. Dalam penelitian ini variabel endogen (η) adalah Labelisasi Halal (η_1) sebagai *variabel intervening* dan Keputusan Pembeli (η_2).

a. Keputusan Pembelian (η_2)

Definisi Konseptual:

Keputusan pembelian sebuah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam memutuskan barang atau produk yang mereka inginkan yang terdiri dari pengenalan produk, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, perilaku pasca pembelian.

Definisi Operasional:

Keputusan pembelian sebuah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam memutuskan barang atau produk yang mereka inginkan yang terdiri dari pengenalan produk, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, perilaku pasca pembelian yang dapat diukur dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk Bakso Kembar Kota Metro.

b. Labelisasi Halal (η_1)

Definisi Konseptual:

Labelisasi halal adalah bagian dari kemasan yang menginformasikan bahwa produk atau barang yang ditawarkan oleh penjual itu tidak mengandung zat atau bahan yang tidak diperbolehkan secara syariah dan aman untuk dikonsumsi yang terdiri dari gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, dan menempel pada kemasan.

Definisi Operasional:

Labelisasi halal adalah bagian dari kemasan yang menginformasikan bahwa produk atau barang yang ditawarkan oleh penjual itu tidak mengandung zat atau bahan yang tidak diperbolehkan secara syariah dan aman untuk dikonsumsi yang terdiri dari gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, dan menempel pada kemasan yang dapat diukur dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk Bakso Kembar Kota Metro.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kuesioner. Kuesioner atau angket merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan pernyataan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden, agar memperoleh data lapangan atau empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji yang telah ditetapkan.

Skala pengukuran jawaban responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 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. Adapun penentuan interval angka penafsiran skor dilakukan dengan cara skor tertinggi dikurangi dengan skor terendah lalu dibagi dengan jumlah skor $(5-1)/5=0,80$.

Tabel 4. Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner

Jawaban	Keterangan	Nilai	Skor
A	Sangat Setuju	5	4,21 – 5,00
B	Setuju	4	3,41 – 4,20
C	Cukup Setuju	3	2,61 – 3,40
D	Tidak Setuju	2	1,81 – 2,60
E	Sangat Tidak Setuju	1	1,00 – 1,80

Sumber: Sugiyono (2017)

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk merekam pada umumnya secara kuantitatif keadaan dan aktivitas atribut-atribut psikolog yang digolongkan menjadi atribut kognitif dan atribut non kognitif (Suryabrata 2013). Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian itu sendiri (Sugiyono 2019). Penelitian disebut dengan *human instrument* yang berfungsi untuk menetapkan fokus masalah yang dibahas, memilih narasumber sebagai sumber data, melakukan pengelolaan data, menilai kualitas data yang diperoleh, menganalisis data serta menafsirkan data dan membuat kesimpulan hasil akhir penelitian. Instrumen penelitian dalam penelitian ini berkaitan dengan kisi-kisi instrumen.

Kisi-kisi instrumen berupa pedoman yang digunakan dalam pengumpulan data. Pedoman ini menjadi batasan bagi peneliti agar data yang diperoleh sesuai dengan fokus masalah yang dicari

Tabel 5. Kisi-Kisi Kuesioner

No	Variabel	Indikator	No. Item
1	Promosi (ξ_1)	a. Periklanan b. Penjualan Pribadi c. Promosi Penjualan d. Pemasaran Langsung e. Publisitas	1,2,3,4, 5,6,7,8, 9,10,11,12, 13,14,15,16, 17,18,19,20.
2	Harga (ξ_2)	a. Keterjangkauan harga b. Daya saing harga c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk d. Kesesuaian harga dengan manfaat e. Penentuan harga jual	1,2,3,4, 5,6,7,8, 9,10,11,12, 13,14,15,16, 17,18,19,20.
3	Keputusan Pembelian (η_2)	a. Pengenalan Kebutuhan b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternatif d. Keputusan Pembelian e. Perilaku Pasca Pembelian	1,2,3,4, 5,6,7,8, 9,10,11,12, 13,14,15,16, 17,18,19,20.
4	Labelisasi Halal (η_1)	a. Gambar b. Tulisan c. Kombinasi Gambar dan Tulisan d. Menempel Pada Kemasan	1,2,3,4, 5,6,7,8, 9,10,11,12,13,14,15, 16,17,18,19,20.

F. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu SPSS (*Statistical package For Sosial Science*). Sebelumnya melakukan penyebaran kuesioner dilakukan instrument yaitu:

a. Uji Validitas

Tujuan uji validitas yaitu untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang berada dikuesioner mampu untuk mengungkap suatu yang akan diukur. Jika korelasi antara skor masing-masing item pertanyaan terhadap skor total signifikan kurang dari 0,05 maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Uji validitas menggunakan semua responden sampel yang ada, kemudian membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dengan membandingkan antara r_{hitung} dari r_{tabel} jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka item pertanyaan kuesioner adalah valid. Suwanto (2021)

Rumus Uji Validitas:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{XY} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor butir

$\sum Y$ = Jumlah skor total

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kuesioner (angket) yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Dalam melakukan perhitungan Alpha digunakan alat bantu program computer SPSS, dan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrument dikatakan reliable atau handal jika nilai Croanbanch Alpa lebih besar dari 0,60. Suwanto (2021)

Rumus Uji Reliabilitas:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_1^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

K = Banyaknya butir pernyataan atau pernyataan

$\sum a_b^2$ = Jumlah Varian Butir

a_1^2 = Varian Total

2. Pengujian Persyaratan Analisis

Uji persyaratan yang dilakukan dalam penelitian adalah uji normalitas dan uji linieritas. Adapun uji persyaratan dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah residual atau variabel pengganggu memilih distribusi yang normal dalam regresi. Uji normalitas adalah pengujian yang berfungsi untuk melihat variabel independen maupun dependen berdistribusikan mendekati normal. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini dalam uji normalitas menggunakan metode *kologorov-Smimnov* (K-S) jika hasil akan signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal sedangkan hasil angka signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Suwanto (2021)

Rumus Uji Normalitas:

$$x^2 = \sum \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

Keterangan:

X^2 = Nilai X^2

O_i = Nilai observasi

E_i = Nilai expected / harapan, luasan interval kelas berdasarkan tabel normal dikalikan N (total frekuensi) ($\pi \times N$)

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Uji dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis Independent Samples T Tes dan One Way Anova. Asumsi yang mendasar dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua variabel atau lebih kelompok data adalah sama. Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogeny atau tidak. Uji yang digunakan adalah Pengujian Homogenitas. Rumus yang dipakai untuk pengujian homogenitas dalam penelitian ini, menggunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Variabel Terbesar}}{\text{Variabel Terkecil}}$$

Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0,5$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila hitung lebih besar dari tabel maka memiliki variabel yang homogen. Akan tetapi apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka varian tidak homogen. Suwanto (2021)

c. Uji Linieritas dan Keberartian Regresi

Setelah data yang peroleh sudah normal selanjutnya diuji dengan uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan. Sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Uji linieritas dan regresi dilakukan dengan menggunakan program office exel 2010. Dasar pengambilan kesimpulan dari uji linieritas dapat dilihat apabila $F_{hitung} < T_{table}$ maka dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel bersifat linier. Sedangkan uji keberartian regresi terlihat apabila nilai $F_{hitung} > F_{table}$ demikian regresi antar variabel signifikan. Suwanto (2021)

G. Pengujian Model Analisis

Data yang digunakan dari suatu penelitian harus dianalisa terlebih dahulu, secara benar agar dapat ditarik suatu kesimpulan yang merupakan jawaban yang tepat dari permasalahan yang diajukan.

1. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Sugiyono (2018:70) analisis jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Analisis jalur digunakan dengan menggunakan korelasi, regresi dan jalur sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variable intervening.

Dalam analisis jalur yang distandarkan korelasi dapat dipecah kedalam komponen-komponen struktural (kausal) dan nonstruktural (non kausal) didasarkan teori yang dinyatakan dalam diagram jalur. Total efek struktural dapat didekomposisi adalah secara langsung dan tidak langsung. Dalam kajian analisis jalur, untuk menyederhanakan lambang, akan digunakan dua macam lambang saja yaitu ξ dan η .

Variabel eksogen (*exogenous variabel*) mencerminkan variabel penyebab dan variabel endogen (*endogenous variabel*) sebagai variabel akibat. Untuk menganalisis akibat langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel penyebab variabel lainnya dilakukan analisis jalur. Adapun persamaan struktural dari analisis jalur sebagai berikut:

a. Sub Struktural 1:

$$\eta_1 = \gamma_{11}\xi_1 + \gamma_{21}\xi_2 + \zeta$$

b. Sub Struktural 2:

$$\eta_2 = \gamma_{12}\xi_1 + \beta_2\eta_1 + \gamma_{22}\xi_2 + \zeta$$

Keterangan:

γ (gama) = Hubungan antara eksogen-endogen

ξ (kshi) = Variabel eksogen

ξ_1 = Promosi

ξ_2 = Harga

ζ (zeta) = Kesalahan dalam persamaan

β (beta) = Hubungan langsung variabel endogen-endogen

η (eta) = Variabel endogen

η_1 = Labelisasi Halal

η_2 = Keputusan Pembelian

H. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis tersebut perlu diubah ke dalam rumusan hipotesis penelitian hanya dituliskan salah satu saja yaitu hipotesis alternatif (H_a) atau hipotesis (H_0). Hipotesis statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 = \gamma\eta_1\xi_1 \leq 0$: Promosi (ξ_1) tidak berpengaruh langsung terhadap labelisasi halal (η_1).
 $H_a = \gamma\eta_1\xi_1 > 0$: Promosi (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap labelisasi halal (η_1).
2. $H_0 = \gamma\eta_1\xi_2 \leq 0$: Harga (ξ_2) tidak berpengaruh langsung terhadap labelisasi halal (η_1).
 $H_a = \gamma\eta_1\xi_2 > 0$: Harga (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap Labelisasi halal (η_1).
3. $H_0 = \gamma\eta_2\xi_1 \leq 0$: Promosi (ξ_1) tidak berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pembelian (η_2).
 $H_a = \gamma\eta_2\xi_1 > 0$: Promosi (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pembelian (η_2).
4. $H_0 = \gamma\eta_2\xi_2 \leq 0$: Harga (ξ_2) tidak berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pembelian (η_2).
 $H_a = \gamma\eta_2\xi_2 > 0$: Harga (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (η_2).
5. $H_0 = \beta\eta_1\eta_2 \leq 0$: Labelisasi halal (η_1) tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (η_2).
 $H_a = \beta\eta_1\eta_2 > 0$: Labelisasi halal (η_1) berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pembelian (η_2).