

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:74). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey* yaitu metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis dalam bentuk hubungan antar variabel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan citra merk terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Tahapan Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016: 80). Dalam penelitian ini populasi yang di ambil adalah konsumen yang ada di Kota Metro pada saat dilakukan dimana jumlahnya belum dapat ditentukan karena jumlah konsumen yang terlalu besar.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dan sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dan populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2016: 81). Sampel dalam penelitian ini

nantinya akan diambil dari konsumen yang ada di Kota Metro pada saat dilakukan penelitian.

Dalam penelitian ini dikarenakan jumlah sampel yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti karena terus bertambah dan berkurang maka ukuran sampel dapat dihitung menggunakan rumus Lameshow sebagai berikut:

$$n = Z_{1-\alpha}^2 (0.25) / d^2$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

$Z_{1-\alpha}^2$: galat baku (1,96) untuk (tingkat kepercayaan 95%)

d : besaran presisi (0,1)

(Lameshow, dkk, 2017)

Sehingga diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha}^2 (0.25)}{d^2} = 1.960^2 (0,25) / ((0,1)^2) = 96,04$$

Dibulatkan menjadi 96 responden.

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2016: 81). Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan adanya konsumen yang ada di Kota Metro pada saat dilakukan penelitian.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah salah satu instrumen dari riset karena merupakan salah satu tahapan dalam proses pengumpulan data. Hal ini bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran atau pengamatan terhadap variabel-variabel yang bersangkutan serta pengembangan instrumen (alat ukur). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian sebagai berikut:

1. Labelisasi halal (X_1)

Definisi konseptual:

Labelisasi halal adalah keterangan mengenai status kehalalan pangan berupa gambar, tulisan atau kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam kemasan yang menjadi bagian kemasan pangan yang menunjukkan kejelasan bahan baku, proses produksi, sertifikasi halal serta institusi pemberi

label halal yang menunjukkan bahwa barang tersebut tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam.

Definisi Operasional:

Labelisasi halal adalah keterangan mengenai status kehalalan pangan berupa gambar, tulisan atau kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam kemasan yang menjadi bagian kemasan pangan yang menunjukkan kejelasan bahan baku, proses produksi, sertifikasi halal serta institusi pemberi label halal yang menunjukkan bahwa barang tersebut tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam yang diukur dengan menggunakan kuisioner dengan skala Likert yang dibagikan kepada konsumen di Kota Metro.

2. Citra Merek (X_2)

Definisi Konseptual:

Citra merek adalah "nama, istilah, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dari penjual dan untuk membedakannya dengan pesaing-pesaing yang meliputi kekhasan merek, menggambarkan manfaat produk, menggambarkan kualitas produk, mudah diingat, dan mudah diterima dipasaran.

Definisi operasional:

Citra merek yang meliputi kekhasan merek, menggambarkan manfaat produk, menggambarkan kualitas produk, mudah diingat, dan mudah diterima dipasaran yang akan diukur dengan instrumen berupa kuisioner dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen di Kota Metro.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Definisi Konseptual:

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang meliputi: pertimbangan kualitas produk, pertimbangan harga, keputusan merek, dan keputusan pemasok.

Definisi operasional:

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli yang meliputi: pertimbangan kualitas produk, pertimbangan harga, keputusan merek, dan keputusan pemasok yang diukur dengan instrumen berupa kuisioner dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen di Kota Metro.

D. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:.

1. Penelitian pustaka (*library research*) yaitu penelitian dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data yang berasal dari literatur dan karya ilmiah yang berhubungan dengan topik penelitian ini.
2. Penelitian lapangan (*Field research*) yaitu penelitian dengan cara mengadakan penelitian langsung terhadap perusahaan yang menjadi objek penelitian untuk mendapatkan data-data dan informasi yang dibutuhkan dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan data. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara:

- a. Metode observasi

Obsevasi dengan pengamatan langsung adalah metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung di lapangan

- b. Wawancara (*Interview*)

Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada responden di Kota Metro untuk mendapatkan informasi mengenai gambaran umum perusahaan.

- c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010: 199).

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakand alam penelitian ini adalah kuisisioner. Peneliti membagikan kuisisioner kepada responden yakni konsumen yang ada di supermarket dan minimarket Kota Metro berupa pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data dari responden dalam objek penelitian dengan alternatif-alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai dalam pengukuran kuisisioner menggunakan *agree-disagree scale* dalam berbagai rentang nilai.

Adapun kisi-kisi dari kuisisioner penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Kisi-kisi Kuisisioner

No	Variabel	Indikator	No. Soal
1.	Labelisasi halal	a. Bahan baku b. Proses produksi c. Sertifikasi halal d. Institusi label halal	1, 2, 3, 4, 5 6, 7, 8, 9,10 11,12,13,14, 15 16,17, 18,19,20
2.	Citra Merek	a. kekhasan merek, b. manfaat produk, c. kualitas produk, d. mudah diingat, e. mudah diterima	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20
3.	Keputusan pembelian	a. kualitas produk, b. harga dan merek c. pemasok	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 pengujian persyaratan instrumen ini digunakan uji validitas dan reabilitas instrumen sebagai berikut:

a. Uji validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

r_{xy} = korelasi product moment

n = jumlah sampel

x = skor pertanyaan

y = skor total

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Sehingga hasilnya jika dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - k$ dan dengan $\alpha = 5\%$, dengan kriteria hasil pengukuran sebagai berikut:

a. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

b. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ = valid

b. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, maka selanjutnya dilakukan juga uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian *Cronbach's Alpha Coefficient* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_{bt}^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument/ koefisien reliabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_{bt}^2 = varians total.

Dengan kriteria hasil pengukuran sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ = tidak reliabel
- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = reliabel

2. Pengujian Persyaratan Analisis Regresi

a. Uji Normalitas

Untuk dapat dilakukan analisis data secara statistik regresi, maka sebelumnya data yang akan diolah sebaiknya dilakukan uji normalitas data untuk mengetahui apakah data yang digunakan berasal dari populasi data yang berdistribusi normal atau tidak. Uji digunakan untuk data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Pengujian terhadap normalitas dilakukan dengan uji *chi-square goodness of fit* dengan rumus sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{f_0 - fh}{fh}$$

Dengan:

O_i : frekuensi observasi pada kelas atau interval i .

E_i : frekuensi yang diharapkan pada kelas i didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi normal.

Setelah dilakukan uji maka perlu ditarik suatu kesimpulan mengenai distribusi data yang diuji dengan membandingkan nilai X^2 statistik dengan X^2_{tabel} , jika nilai X^2 statistik lebih kecil dari satu atau sama dengan X^2_{tabel} , maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji selanjutnya adalah uji linieritas data untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian linieritas akan dilakukan dengan cara manual dan SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Penarikan kesimpulan dengan melihat nilai signifikansi (Linearity). Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dapat dikatakan linier (Sugiyono, 2016: 194).

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilaksanakan untuk mengetahui bahwa data sampel berasal dari populasi yang mempunyai varians yang homogen. Data berasal dari populasi yang memiliki varians homogen bila $X^2_{hitung} < X^2_{tabel}$. Pengujian homogenitas dalam penelitian menggunakan SPSS dengan kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah dibuat diterima atau ditolak. Untuk menganalisis digunakan analisis regresi linier. Persamaan umum regresi linier adalah:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

(Sugiyono, 2010: 192)

Keterangan :

Y = variabel keputusan pembelian

X_1 = variable independent (labelisasi halal)

X_2 = variable independent (citra merk)

a = Konstanta (Y bila $X=0$)

e = error

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variable dependent atas variabel independen.

1. Uji t

Uji t atau Test T adalah salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis nihil. Uji t menguji signifikan pengaruh variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terkait (Y) yang dapat dihitung:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{S\beta_1}$$

Ket:

β : Koefisien regresi

$S\beta_1$: Simpanan baku $S\beta_1$ (Sugiyono, 2010: 179)

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi t_{hitung} lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis nol (H_0) atau hipotesis alternatif (H_a) yang ditolak atau diterima.

Kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- 1) Nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.
- 2) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

2. Uji F

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan, uji tersebut dirumuskan dengan:

$$R_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{1-R^2}{n-k-1}}$$

(Sugiyono, 2016: 203)

Keterangan:

K : Banyaknya variabel bebas

N : jumlah sampel

R^2 : koefisien determinasi

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi F lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi F lebih besar dari 0,05.

3. Uji R^2 Determinasi

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) dapat dipakai untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan syarat hasil uji F dalam analisis regresi bernilai signifikan. Sebaliknya, jika hasil dalam uji F tidak signifikan maka nilai koefisien determinasi (*R Square*) ini tidak dapat digunakan untuk memprediksi kontribusi pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

(Sigit, 2010: 140)

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

G. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

- $H_0: \beta_1 \leq 0$: labelisasi halal (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_1 > 0$: labelisasi halal (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)
- $H_0: \beta_2 \leq 0$: citra merk (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_2 > 0$: citra merk (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)
- $H_0: \beta_1 = \beta_2 \leq 0$: labelisasi halal (X_1) dan citra merk (X_2) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_1 = \beta_2 > 0$: labelisasi halal (X_1) dan citra merk (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)