

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) metode pendekatan kuantitatif adalah 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 instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2017), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Menurut Darmadi (2013), Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif, yaitu bertujuan untuk menghubungkan dua variabel atau lebih untuk melihat ada tidaknya pengaruh berdasarkan data primer yang diperoleh secara sistematis. Sertifikasi halal sebagai variabel independen (X1), kesadaran halal sebagai variabel independen (X2), kualitas produksi sebagai variabel independen (X3), minat beli sebagai variabel dependen (Y1). Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Handari Nawawi (1983) berpendapat, populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang terdiri atas manusia, hewan, benda-benda, tumbuh-tumbuhan, peristiwa, gejala-gejala, ataupun nilai tes sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam suatu penelitian yang dilakukan. Jadi, objek dari penelitian ini adalah keputusan (minat) pembelian, sertifikasi halal, kesadaran halal dan kualitas pelayanan. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen muslim restoran Solaria di Jakarta.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Arikunto (2013) berpendapat bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini teknik *non-probability sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini diantaranya :

1. Responden yang pernah membeli produk Solaria di Jakarta.

2. Responden yang berusia diatas 16 tahun, karena pada usia tersebut dianggap sudah mempunyai kemampuan dalam pengambilan keputusan untuk membeli.

Untuk mengambil sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan 10% yang diambil dari buku Juliansyah Noor (2012), yaitu :

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = *error* (tingkat kesalahan)

Tingkat kesalahan yang dapat digunakan peneliti adalah 1% atau 0,01, , 5% dan 10% atau 0,1 (catatan dapat dipilih oleh peneliti). Peneliti mendapatkan jumlah populasi konsumen solaria sebesar 397.

$$n = \frac{397}{1 + (397 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{79,5}{}$$

Setelah dihitung dengan menggunakan rumus diatas maka sampel pada penelitian ini berjumlah 79,5 maka dibulatkan menjadi 80 responden konsumen muslim restoran Solaria di Jakarta.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer, Menurut Sugiyono (2014) data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain yang atau lewat perantara lain yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal

penelitian sebelumnya dan literatur teori para ahli. Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dokumentasi dan riset kepustakaan. Metoda pengumpulan data dalam penelitian ini adalah pengumpulan data sekunder dan data primer.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan akan memberi respon atas pertanyaan tersebut

Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini menggunakan metoda dokumentasi, dokumentasi menurut Hamidi (2014) adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan informasi untuk mendapatkan data berupa jurnal-jurnal penelitian yang pernah diteliti sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

Selain dokumentasi pengumpulan data sekunder juga menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*), yaitu pengumpulan data dilakukan dengan membaca literatur-literatur, buku-buku mengenai teori permasalahan yang diteliti dan menggunakan media internet sebagai media pendukung dalam penelusuran informasi tambahan mengenai teori maupun data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan dependen.

Menurut Sugiyono (2017) variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (bebas) adalah sertifikasi halal (X_1), kesadaran halal (X_2) dan kualitas pruduk (X_3).

Menurut Sugiyono (2017) variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (terikat) adalah minat beli (Y).

Untuk menjelaskan variabel yang diidentifikasi, maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel. Definisi variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Sertifikasi halal adalah sebuah jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan yang pengolahannya memenuhi standar dalam keamanan dan kebersihannya sesuai dengan aturan agama Islam.
2. Kesadaran halal (X_2) adalah suatu pengetahuan muslim tentang konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa mengkonsumsi makanan halal merupakan hal yang penting bagi dirinya.
3. Kualitas Produk (X_3), Kualitas produk adalah suatu hal yang dirasakan (*perceived product*) dan produk yang diharapkan (*expected product*), bila produk yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia produk akan tetapi apabila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceived expected*), ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia produk itu lagi.

4. Minat beli (Y) adalah suatu keputusan konsumen muslim yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen muslim untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli (Alma, 2011). Evaluasi tersebut dilakukan dengan menggunakan skala likert.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	X1 Sertifikasi Halal (Shaari dan Arifin, 2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat logo halal dalam kemasan produk makanan adalah hal yang penting 2. Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan 3. Saya akan memilih produk berdasarkan ada tidaknya logo halal 4. Saya akan berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal 5. Saya akan tetap membeli produk dari Negara lain yang berlogo halal 6. Saya mengetahui logo halal otentik dari MUI 7. Saya dapat membedakan mana logo halal otentik dari MUI dan logo yang tidak otentik 8. Saya merasa aman mengonsumsi produk berlogo halal 9. Saya tetap akan membeli produk halal tanpa mempertimbangkan perusahaan apa yang memproduksi 10. Saya tidak permasalahan lembaga yang membuat logo halal 11. Saya lebih memilih produk makanan berlogo halal daripada produk yang tidak memiliki logo halal 	Skala Likert

		<ul style="list-style-type: none"> 12. Produk berlogo halal tidak mengandung najis 13. Produk bersertifikat halal berkualitas 14. Saya tidak ragu untuk mengkonsumsi makanan berlogo halal 15. Produk berlogo halal telah melalui rangkaian proses uji halal yang ketat 16. Produk berlogo halal telah lolos tes uji halal oleh MUI 	
2	<p style="text-align: center;">X2 Kesadaran Halal (Shaari & Arifin, 2013, Ahmad, Abaidah & Yahya, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Sebelum membeli produk makanan saya akan meninjau kembali proses pembuatannya 2. Saya tidak akan membeli produk makanan bila saya tidak yakin dengan proses pembuatan dan penyembelihannya (jika hewan) 3. Proses pembuatan makanan yang paling penting adalah mengikuti aturan Islam 4. Saya paham apa itu halal 5. Halal tidak hanya persoalan penyembelihan hewan 6. Saya tahu pengertian halalan toyyiban 7. Mengkonsumsi makanan halal adalah hal yang sangat penting bagi saya 	Skala Likert
3	<p style="text-align: center;">X3 Kualitas Produk (Yunus, Rashid, Ariifin & Rasyid 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Saya selalu sadar dengan komposisi atau bahan-bahan yang digunakan dalam membuat produk makanan 2. Informasi kandungan/komposisi bahan yang ada dalam pelabelan makanan adalah sangat penting 3. Mengetahui bahwa beberapa produk makanan adiktif mengandung bahan tidak halal 4. Saya tidak akan membeli produk makanan yang bahan makanannya mencurigakan 5. Penggunaan istilah yang mudah dipahami terhadap bahan yang terkandung pada produk mempengaruhi niat beli 6. Sebuah istilah kompleks yang digunakan untuk menggambarkan suatu bahan pada produk sulit untuk 	Skala Likert

		<p>dimengerti</p> <p>7. Bahan asing yang digunakan dalam produk akan memicu kecurigaan terhadap kehalalan suatu produk</p> <p>8. Bahan yang dipakai dalam suatu produk mencerminkan keamanan dan kualitas produk halal</p>	
4	<p>Y</p> <p>Minat beli (Azis & Vui,2012, Grewal, Dhruv, Monroe, Kent & Krishnan, 1998, Jin & Suh, 2015, Shaari & Arifin, 2009)</p>	<p>1. Memilih untuk membeli produk halal adalah ide yang bagus</p> <p>2. Teman teman saya juga berfikir bahwa saya harus memilih produk halal</p> <p>3. Kebanyakan orang terdekat dengan saya memilih produk halal</p> <p>4. Keluarga saya lebih suka dengan produk halal</p> <p>5. Saya akan membeli makanan halal</p> <p>6. Saya akan merekomendasikan teman saya untuk membeli makanan halal</p> <p>7. Saya berminat membeli makanan halal</p> <p>8. Saya akan merekomendasikan produk makanan halal kepada orang lain.</p>	Skala Likert

Dalam penelitian ini instrumen validitas diukur dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan bivariate (spearman correlation). Pengujian menggunakan uji dua sisi (two-tailed) dengan taraf signifikansi 5% (Sugiyono, 2017).

Adapun skala pengukuran variabel dilakukan untuk mengukur variabel sertifikasi halal, kesadaran halal, kualitas produk dan minat beli dengan menggunakan skala Likert yaitu suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2017). Pengukuran variabel dengan skala likert dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2 Instrumen Skala likert dapat dilihat pada tabel berikut :

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (SJ)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5. Metoda Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan perhitungan program SPSS 22. Setelah data-data yang diperlukan dalam penelitian ini sudah terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis statistik deskriptif, pengujian kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Penjelasan mengenai metode-metode analisis data tersebut adalah sebagai berikut :

3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendistribusikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, dijelaskan oleh Sugiyono (2017:29). Dalam penelitian ini, alat analisa yang digunakan adalah *mean, median, dan varians*.

3.5.2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya butir kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, menurut Ghozali (2013).

Dalam penelitian ini validitas diukur dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Dalam penelitian ini, uji

validitas menggunakan bivariate (spearman correlation). Pengujian menggunakan uji dua sisi (two-tailed) dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor atau nilai total (dinyatakan valid).
2. Jika r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor atau nilai total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2013). Suatu kuesioner dapat dikatakan handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha $>$ 0,70, dijelaskan oleh Nunnally (1994) dalam Ghozali (2013).

Tabel 3.3. Uji Kualitas Data

Koefisien reliabilitas	Kriteria
$>$ 0,9	Sangat reliabel
0,7 – 0,9	Reliabel
0,4 – 0,7	Cukup reliabel
0,2 – 0,4	Kurang reliabel
$<$ 0,2	Tidak reliabel

Sumber : Ghozali (2013)

3.5.3. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

Langkah-langkah yang dilakukan untuk melaksanakan uji ini antara lain :

1) Merumuskan Hipotesis

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

H_0 :Sertifikasi halal tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat beli

H_0 :Sertifikasi halal tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat beli

H_0 :Kualitas Produk tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat beli

Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : \beta_i \neq 0$$

Artinya, ada yang signifikan antara variabel-variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

H_a :Sertifikasi halal ada pengaruh signifikan terhadap minat beli

H_a :Sertifikasi halal ada pengaruh signifikan terhadap minat beli

H_a :Kualitas Produk ada pengaruh signifikan terhadap minat beli

2) Menentukan *Level of Significance*

Uji statistik t berfungsi untuk menguji secara parsial (terpisah) apakah variabel-variabel independen yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2013), kriteria pengambilan keputusan untuk uji t adalah :

- a. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen, sehingga H_a diterima.

- b. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen, sehingga H_a ditolak.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen / terikat (Ghozali, 2013).

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 : Sertifikasi halal, kesadaran halal dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013).

H_a : Sertifikasi halal, kesadaran halal dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Penolakan atau penerimaan hipotesis berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05 maka semua variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka semua variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini mengukur berapa sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Penelitian ini menggunakan adjusted R^2 karena variabel dependent yang digunakan dalam model penelitian lebih dari satu. Nilai koefisien deteminasi adalah antara nol dan satu.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.