

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek adalah konsumen Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang yang akan dilaksanakan dengan cara mengambil data secara primer (langsung) melalui *Google Form* kepada konsumen yang pernah berbelanja Kerupuk Kulit.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu apabila semua data sudah terkumpul, maka data tersebut akan diklasifikasikan dalam data kuantitatif yang dinyatakan dengan angka. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2015), operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal tersebut, judul penelitian ini adalah “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang, Kelurahan. Kota Wetan, Kecamatan. Garut

Kota, Kabupaten Garut” dengan menggunakan dua variabel yaitu:

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas yaitu variabel yang akan mempengaruhi variabel terikat dan akan memberikan hasil pada hal yang diteliti, Sugiyono (2016).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Label Halal, Kualitas Produk dan Harga

2. Variabel Terkait (Dependen)

Variabel bebas yaitu variabel yang akan dipengaruhi oleh berbagai macam variabel bebas atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, Sugiyono (2007). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Dimana konsumen melakukan proses pembelian dengan mengoptimalkan pengetahuan dan informasi yang didapat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari informasi 2. Kemantapan pada sebuah produk dalam membeli produk 3. Layanan purna jual dalam membeli sebuah produk 	Ordinal
Label Halal (X ₁)	Tingkat pembelian berdasarkan produk halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan konsumen terhadap produk halal 2. Kesesuaian produk halal terhadap daya beli masyarakat 3. Keputusan pembelian terkait produk halal 	Ordinal
Kualitas Produk (X ₂)	Kemampuan yang dapat dinilai dari suatu produk berdasarkan manfaatnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menu produk yang bervariasi 	Ordinal

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
		2. Cita rasa yang sesuai dengan harapan konsumen 3. Kebersihan dalam penyajiannya	
Harga (X_3)	Jumlah uang yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh produk barang atau jasa	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga	Ordinal

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner secara online (*Google Form*) kepada konsumen Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang. Metode ini dianggap efisien dalam mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan penelitian.

3.2.2.1 Jenis Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber atau objek penelitian tanpa melalui perantara dilapangan. Data ini diperoleh dari menyebarkan kuisisioner kepada konsumen Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

3.2.2.2 Populasi

Menurut Sugiyono (2007), populasi masyarakat adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kerupuk Kulit di Sentra Industri yang telah melakukan pembelian minimal 1 kali. Berdasarkan data pengunjung, jumlah pengunjung Sentra Industri Kulit Sukaregang tahun 2022 yang telah

melakukan keputusan pembelian adalah 3.871, kemudian dibagi 12 bulan sehingga menjadi 323 (dilakukan pembulatan keatas karena jumlah manusia). Jadi, jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 323 orang.

3.2.2.3 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, sebagai contoh yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *non probability sampling*, yang mana teknik tersebut tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama untuk dijadikan sample. Oleh karena itu, peneliti akan mengambil teknik *accidental sampling* dalam menentukan jumlah sampelnya yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bilamana orang tersebut sesuai untuk dijadikan sebagai sumber data. Dalam menentukan sampelnya, peneliti menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{323}{1+(323)0,1^2}$$

$$n = \frac{323}{4,23}$$

$n = 76,36$ orang dibulatkan menjadi 77 orang

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = *error term* (10%)

Berdasarkan rumus di atas, ukuran sampel minimal dari populasi sebanyak

77 orang, maka penulis membulatkan sampel menjadi sebanyak 80 responden.

3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain:

1. Penulis mengumpulkan data melalui penyebaran kuisioner secara langsung kepada objek yang akan diteliti.
2. Penulis melakukan studi pustaka guna mendapatkan pemahaman mengenai teori-teori yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.3 Model Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian, peneliti menguraikannya dalam bentuk model penelitian dengan variabel independen yaitu Label Halal (X_1), Kualitas Produk (X_2), Harga (X_3) dan variable dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

Model penelitian yang dimaksud sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Label Halal

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Harga

β_0 = konstanta

β_i = koefisien masing-masing variabel

e = *error term*

3.4 Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau social dalam suatu penelitian yang akan diamati berupa variabel penelitian (Sugiyono,2016). Skala untuk mengukur instrumen penelitian ini menggunakan skala *likert*, menurut Sekaran (2006) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun kelompok tentang fenomena social yang akan diteliti. Tabel skala *likert* yang digunakan dalam menghitung jawaban dari pertanyaan kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Skala <i>likert</i>	Jawaban Responden
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Kurang Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2006) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat ke validan suatu instrumen. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pertanyaan melalui total skor, dengan rumusan korelasi *produk moment*.

Uji validitas dimaksudkan untuk menguji kualitas kuesioner. Kuesioner yang baik adalah kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Tinggi rendahnya validitas instrument akan menunjukkan sejauh

mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka pertanyaan tersebut valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

3.5.3 *Method of Successive Interval* (MSI)

Method Successive Interval adalah proses mengubah data ordinal menjadi interval. Menurut Umi Narimawati dkk (2010), langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Hitung frekuensi setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
- d. Menentukan nilai badas Z atau (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata scale value untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

- f. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value}_{\text{minimum}} + 1.$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

3.5.4 Analisis Regresi Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda karena terdapat asumsi tidak terdapatnya pengaruh antara variabel independen. Dalam regresi berganda, variabel tidak bebas Y tergantung dua atau lebih variabel. Teknik ini digunakan untuk memperhitungkan dan memperkirakan secara kualitatif beberapa faktor secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan Pembeli Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang, pengujian hipotesis, serta dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS).

3.5.5 Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linear berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, memiliki hubungan yang linear, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut *BLUE (Best Linier*

Unbiased Estimator) dilakukan pengujian sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji normalitas data mempergunakan Kolmogorov-Smirnov Test dengan kriteria, data berdistribusi normal jika Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari nilai alpha 0.05.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan tujuan menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah, apabila dalam regresi terdapat homokedastisitas, yaitu apabila varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Sebaliknya apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara uji *white*.

Uji *white* dilakukan dengan meregresikan residual kuadrat sebagai variabel dependen dengan variabel independen ditambah dengan kuadrat. Variabel independen kemudian ditambahkan lagi dengan perkalian dua variabel independen. Prosedur pengujian dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

H₁: Ada heteroskedastisitas

Jika $\alpha = 5\%$, maka tolak H_0 , jika $\text{obs} \cdot R\text{-square} > X^2$ atau $P\text{-value} < \alpha$.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau hampir seluruh variabel bebas dalam model. Hal ini mengakibatkan koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga, hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan sangat tinggi (lebih dari 95%) dan secara individu variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika antara variabel independen mempunyai korelasi yang sangat kuat.
3. Dilihat dari *tolerance value* (TOL), *eigen value*, dan yang paling umum digunakan adalah *varians inflation factor* (VIF)
 - *Tolerance* untuk mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.
 - $VIF = 1/Tolerance$
 - Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ atau $VIF > 10$ maka disimpulkan adanya multikolinearitas.

- Klein (1962) menunjukkan bahwa, jika VIP lebih besar dari $1/(1-R^2)$ atau nilai toleransi kurang dari $(1-R^2)$, maka multikolinearitas dianggap signifikan secara statistik.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah model yang di bangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasi apakah sifat linear antara dua variabel yang didefinisikan secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Uji linearitas dapat menggunakan uji *Durbin-Watson*, *Ramsey test* atau uji *Lagrange Multiplier*.

3.5.6 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji statistic t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini membandingkan signifikansi masing-masing variabel independen dengan cara $\text{sig}_a = 0,05$. Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, pada tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang kecil. Hipotesis dalam uji t adalah:

a. $H_0: \beta_i \leq 0$

Secara parsial variabel bebas label halal, kualitas produk, dan harga tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

b. $H_a: \beta_i > 0$

Secara parsial variabel bebas label halal, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

a. H_0 tidak ditolak jika nilai $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}}$, dengan kata lain nilai probabilitas $> 0,05$. Artinya semua variabel bebas label halal, kualitas produk dan harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

b. H_0 ditolak jika nilai $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$, dengan kata lain nilai probabilitas $< 0,05$. Artinya semua variabel label halal, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

2. Uji F

Uji statistic F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut dapat

dilihat dari besarnya nilai probabilitas signifikannya. Jika nilai probabilitas signifikannya kurang dari lima persen maka variabel independen akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam uji F ini adalah:

a. $H_0: \beta_i = 0$

Secara bersama-sama variabel bebas label halal, kualitas produk, dan harga tidak berpengaruh terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

b. $H_a: \beta_i \neq 0$

Secara bersama-sama variabel bebas label halal, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

a. H_0 tidak ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} \leq F_{\text{tabel}}$, artinya semua variabel bebas yaitu label halal, kualitas produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

b. H_0 ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$, artinya semua variabel bebas yaitu label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

3.5.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Basuki (2016:46) nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan

satu. Nilai R^2 menjelaskan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh variasi independen. Keputusan R^2 adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau tidak ada keterkaitan.
2. Nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen atau terdapat keterkaitan.