

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah label halal, pendapatan, harga produk, dan keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang. Objek yang akan diteliti adalah konsumen Indomaret yang berada di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat. Pengambilan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu apabila datanya sudah terkumpul maka akan diklarifikasikan dalam dua data, yaitu data kuantitatif yang dinyatakan oleh angka dan data kualitatif yang dinyatakan dengan kata-kata.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2015), operasionalisasi variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2016), variabel independen atau sering disebut variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi dan menyebabkan perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah label halal, pendapatan, dan harga produk.

2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2016), variabel dependen atau sering disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat.

Berikut ini adalah penjelasan operasionalisasi variabel yang akan digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Proses pengambilan keputusan akan pembelian suatu produk yang diawali dengan kesadaran atas kebutuhan dan keinginan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk. 2. Kebiasaan dalam membeli produk. 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 4. Melakukan pembelian ulang. 	Ordinal
2	Label Halal (X ₁)	Pencantuman label halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo halal. 2. Komposisi. 	Ordinal
3	Pendapatan (X ₂)	Jumlah uang yang diterima oleh seseorang atas usaha yang telah dikerjakan selama periode tertentu.	Rupiah	Rasio

4	Harga Produk (X ₃)	Sejumlah uang yang ditukarkan oleh konsumen untuk sebuah produk atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. 	Ordinal
---	--------------------------------	--	--	---------

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Indomaret di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat. Menurut Sugiyono (2013), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung. Pengumpulan data primer ini didapatkan langsung pada saat penelitian dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen Indomaret yang berada di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasi sasarannya adalah konsumen Indomaret yang berada di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat, di mana jumlahnya

tersebut tidak diketahui secara pasti dan dapat dikategorikan pada populasi tidak terhingga.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2011:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *nonprobability sampling*, yang mana teknik pengambilan sampel ini tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2017:82) dalam Fitria dan Vega (2018). Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Menurut Sugiyono (2017:148) dalam Dalame dan Triana (2020), apabila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti, maka dalam penentuan jumlah sampelnya dapat menggunakan rumus Cochran berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel yang diperlukan

Z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), biasanya menggunakan 10%

Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, yaitu hasil pembulatan dari $n = 96,04$.

3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis menggunakan studi kepustakaan guna mendapatkan pemahaman mengenai teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian.
2. Penulis melakukan observasi dengan survei langsung ke Indomaret yang berada di Kecamatan Ciamis guna mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian.
3. Penulis melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Indomaret yang berada di Kecamatan Ciamis.

3.3 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi berganda. Model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara label halal, pendapatan, dan harga produk terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat baik secara parsial maupun bersama-sama.

Adapun persamaan regresi berganda, adalah 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 = pendapatan

X_3 = harga produk

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi dari setiap variabel independen

β_0 = konstanta

e = *error term*

3.4 Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur penelitian. Menurut Sugiyono (2016), instrumen penelitian juga dijadikan sebagai alat ukur fenomena alam maupun sosial yang diamati yaitu variabel penelitian. Dalam mengukur instrumen penelitian ini, peneliti akan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2013), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan yang kemudian dijawab oleh responden.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan kuesioner dengan skala *likert* dari 1 sampai 5, seperti yang ditampilkan pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala *Likert*

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

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari setiap butir pernyataan dengan keseluruhan yang diperoleh pada alat ukur tersebut.

Rumus yang digunakan adalah korelasi *Product Moment*, di mana nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} *product moment* pada taraf signifikan 5%. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf 5%, maka variabel tersebut dinyatakan valid. Begitupun sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien antara variabel x dan y

N = jumlah responden

x = skor item

y = skor total

$\sum x$ = jumlah skor item

$\sum y$ = jumlah skor total

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor total

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016), reliabilitas adalah hasil penelitian di mana terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji tingkat kekonsistenan kuesioner dalam mendapatkan hasil yang valid dan reliabel. Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *Cronbach's Alpha*, yang mana suatu kuesioner akan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S^2 b}{\sum S^2 y} \right\}$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas *alpha*

k = jumlah item

S_b = varians responden untuk item I

S_y = jumlah varians skor total

3.5.2 *Method of Successive Interval*

Metode Suksesif Interval (*Method of Successive Interval/MSI*) merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk mentransformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori.
2. Menghitung proporsi pada setiap kategori.
3. Dari proporsi yang diperoleh, dihitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori.
4. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif.
5. Menentukan nilai batas Z untuk setiap kategori.
6. Menghitung *scale value* (interval rata-rata) untuk setiap kategori dengan rumus sebagai berikut:

$$Scale = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah di bawah batas atas}}$$

7. Menghitung *score* (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori.

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji dan mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Selain itu teknik ini juga digunakan untuk memperhitungkan dan memperkirakan secara kuantitatif beberapa faktor secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang, pengujian hipotesis, serta dapat diketahui

pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS).

3.5.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, memiliki hubungan yang linear, tidak terjadi multikolinieritas dan tidak terjadi gejala 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 dengan pengujian sebagai berikut:

3.5.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Apabila nilai signifikansinya $> 0,05$, maka residunya berdistribusi normal. Namun apabila nilai signifikansinya $< 0,05$, maka residunya tidak berdistribusi normal.

3.5.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan antara variabel bebas. Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Adapun beberapa pedoman untuk pengambilan keputusan dalam menentukan apakah variabel tersebut terjadi multikolinieritas atau tidak, yaitu:

1. Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) $< 10,00$, maka artinya model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) $> 10,00$, maka artinya model regresi tersebut terjadi multikolinearitas.

3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik yaitu apabila dalam regresi terdapat homoskedastisitas, di mana varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Sebaliknya apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas, uji yang dapat digunakan adalah uji *Breusch Pagan Godfrey* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai *Prob. Chi-Square* $< 0,05$, maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai *Prob. Chi-Square* $> 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.5.4.4 Uji Linearitas

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

3.5.5 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini membandingkan signifikansi masing-masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. 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 ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_i \leq 0$

$$i = 1, 2, 3$$

Artinya variabel label halal, pendapatan, dan harga produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang.

2. $H_0 : \beta_i > 0$

$$i = 1, 2, 3$$

Artinya variabel label halal, pendapatan, dan harga produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial variabel label halal, pendapatan, dan harga produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang.

2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel label halal, pendapatan, dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang.

2. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas signifikansinya. Apabila nilai probabilitas signifikansinya kurang dari 5%, maka variabel independen akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam uji F ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta = 0$

Artinya variabel label halal, pendapatan, dan harga produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang.

2. $H_a : \beta > 0$

Artinya variabel label halal, pendapatan, dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya semua variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.6 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 variabel independen. Apabila $R^2 = 0$, maka variasi dari variabel dependen tidak bisa dijelaskan oleh variabel independen. Namun apabila $R^2 = 1$, maka variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.