

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁷¹

Penelitian ini dilakukan berdasarkan dengan fakta yang terjadi di lapangan, dengan tujuan untuk mendapatkan bukti hubungan kausal (sebab akibat) antara Literasi Halal (X1), *Korean Wave* (X2), *Electronic Word of Mouth* (X3), terhadap keputusan pembelian (Y)

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah elemen yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari untuk menghasilkan kesimpulan penelitian. Karena variabel merupakan komponen utama penelitian, penelitian tidak akan berhasil tanpa

⁷¹ Sugiyono.

mereka⁷². Untuk menentukan variabel, peneliti harus mendapatkan dasar teoritis yang jelas dari hipotesis penelitian.

Oleh karena itu, operasional variabel adalah semua variabel yang telah ditetapkan dan diperiksa oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi tentang hasil penelitian dan kemudian sampai pada kesimpulan. Sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dibuat sebelumnya, maka dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yakni variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain, bisa dikatakan variabel bebas atau independen ini merupakan penyebab dari adanya perubahan variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yaitu yang menjadi (X1) adalah literasi halal, (X2) adalah *Korean Wave*, dan (X3) *Word of Mouth* (X3)

a. Literasi Halal (X1)

Literasi Halal merupakan kemampuan individu dalam mengenali dan memahami produk yang dikonsumsi dari segi kehalalan, mencakup pengetahuan, pemahaman, kesadaran, dan keterampilan. Adapun indikator untuk literasi halal yaitu:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Literasi Halal (X1)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Literasi Halal	1. Mengerti Hukum Halal	a. Mengetahui perbedaan halal dan haram	<i>Likert</i>

⁷² Dahlia Amelia et al., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023).

	b. Menyadari kewajiban konsumsi halal	
2. Bahan	a. Mengetahui bahan haram	<i>Likert</i>
3. Proses Produk Halal	a. Alat produksi bebas najis b. Pemotongan sesuai syariah	<i>Likert</i>
4. Produk	a. Pentingnya label halal b. Kesadaran produk asing	

Sumber: Data diolah Penulis, (2025)

b. *Korean Wave (X2)*

Korean Wave merupakan sebuah istilah untuk penyebaran kebudayaan Korea terutama dari sektor industri hiburannya yang semakin melebar di pasar global. Adapun indikator untuk *Korean Wave* yaitu:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel *Korean Wave (X2)*

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
<i>Korean Wave</i>	1. Pemahaman (understanding)	a. Pemahaman tentang <i>Korean Wave</i> b. Pengetahuan tentang makanan Korea halal c. Kesadaran tentang pentingnya produk makanan Korea halal	<i>Likert</i>
	2. Sikap dan Perilaku	a. Ketertarikan terhadap budaya dan produk makanan Korea halal b. Minat untuk mencoba berbagai variasi makanan Korea halal	<i>Likert</i>
	3. Persepsi	a. Persepsi terhadap kualitas makanan Korea halal b. Persepsi terhadap keamanan dan kenyamanan konsumsi	<i>Likert</i>

Sumber: Data diolah Penulis, (2025)

c. *Word of Mouth* (X3)

Word of mouth merupakan suatu pemasaran mulut ke mulut yang dilakukan antar orang atau kelompok dengan merekomendasikan produk atau jasa baik secara lisan maupun tulisan. Adapun indikator untuk *WOM* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Operasional Variabel *Electronic Word of Mouth* (X3)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Ewom	1. Talkers (Pembicara)	Sumber informasi berasal dari orang lain	<i>Likert</i>
	2. Topics (Topik)	Informasi tentang produk	<i>Likert</i>
	3. Tools (Alat)	Rekomendasi dari media sosial	<i>Likert</i>
	4. Talking part (partisipasi)	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	<i>Likert</i>
	5. Tracking (Pengawasan)	Evaluasi konsumen terhadap produk makanan korea halal	<i>Likert</i>

Sumber: Data diolah Penulis, (2025)

2. Variabel dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, variabel ini merupakan akibat dari variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel independennya yaitu keputusan pembelian (Y).

a. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam memutuskan produk yang akan dibelinya dan

dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam melakukan tindakan tersebut.

Adapun indikator untuk keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	1. Tujuan untuk Membeli Produk	a. Tujuan dalam membeli sebuah produk b. Konsumen menyadari kegunaan produk	<i>Likert</i>
	2. Tujuan untuk Membeli Produk	a. Pemrosesan informasi sampai untuk ke pemilihan produk b. Mencari informasi untuk harga dan rasa	<i>Likert</i>
	3. Kemantapan Produk	a. Keputusan untuk Membeli Produk	<i>Likert</i>
	4. Membeli Karena Mendapat Rekomendasi dari Orang lain	a. Memberikan Rekomendasi kepada Orang lain b. Membeli produk Karena Direkomendasikan oleh Orang lain	<i>Likert</i>
	5. Melakukan Pembelian Ulang	a. Kepuasan Membeli Produk	<i>Likert</i>

		b. Melakukan pengulangan pembelian	
--	--	------------------------------------	--

Sumber: Data diolah Penulis, (2025)

3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi pengaruh antara variabel independent dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini menjadi penyela/antara yang terletak antara independent dan dependen, sehingga variabel independent tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel ini dinyatakan dengan Z.

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah minat beli. Sebelum benar-benar melakukan proses pembelian, minat beli merupakan proses awal rasa ketertarikan seorang konsumen terhadap sebuah produk yang kemudian konsumen akan memutuskan untuk melakukan proses pembelian ataupun mencari alternatif produk lain yang lebih baik dan sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh konsumen. Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 5 Operasional Variabel Minat Beli

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Minat Beli (Z)	Minat Transaksional	Kecenderungan membeli produk	<i>Likert</i>
	Minat Referensial	Kecenderungan meereferensikan produk kepada orang lain	<i>Likert</i>

	Minat Preferensial	Menunjukan pertimbangan dalam membeli produk	<i>Likert</i>
	Minat Eksploratif	Perilaku mencari informasi mengenai produk yang diminati	<i>Likert</i>

Sumber: Data diolah Penulis, (2025)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Element populasi yaitu keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti⁷³.

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen muslim dikota Tasikmalaya yang pernah membeli produk *Koreaan Food Halal* yang sudah bersertifikasi halal diantaranya mujigae official, lawson, mamasuka, pt korinus, gildak, eonni kitchen, oppa oppa, kimchi, dan raja tteokbokki di kota Tasikmalaya yang populasinya tidak ada sumber pasti mengenai jumlahnya.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi tersebut

⁷³ Nelzi Fati Nilawati, *Metode Penelitian* (Tanjung Pati: Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, 2023).

kemudian dipelajari maka kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.⁷⁴ Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang telah diteliti atau diamati. Sampel sangat diperlukan, karena dalam kasus ini sangat tidak mungkin bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan populasi sebagai sumber data.

Untuk menentukan sampel pada penelitian ini yang dimana populasinya belum diketahui, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, dengan menggunakan metode *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁷⁵ Dimana sampel (responden) dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria tertentu yaitu konsumen muslim di kota Tasikmalaya yang pernah melakukan pembelian produk korean food halal yang tersertifikasi halal yaitu; Tteokboki (Lawson, Mujigae Wonhae, Gildak Indonesia, Eonni Kitchen, MamaSuka), kimchi (Mujigae Wonhae, Eonnie kitchen, Oppa oppa), Odeng (Mujigae Wonhae, Eonnie Kitchen), Samyang (Samyang Foods Inc), Jajangmyeon (Mujigae Wonhae), Jajangmyeon (Mujigae Wonhae), Korean Fried Chicken (Mujigae Wonhae, Gildak Indonesia), buldak, dakbal, dakganjeong, teokochi) tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

⁷⁴ Amelia et al., *Metode Penelitian Kuantitatif*.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan Solimun terkait pedoman dalam penentuan besaran ukuran sampel untuk SEM dapat dilihat sebagai berikut:

1. Apabila pendugaan parameter menggunakan metode maximum likelihood estimation (MLE) atau kemungkinan maksimum maka besar sampel yang disarankan yaitu antara 100 hingga 200 sampel, dengan minimum sampel sebesar 50 sampel.
2. Sama dengan 5 sampai 10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel.

Dalam Penelitian ini tedapat indikator sebanyak 21. Merujuk pada poin kedua, maka ukuran sampel minimal yaitu 10×21 atau sebesar 210 sampel, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 210 orang sebagai responden pada konsumen muslim di kota Tasikmalaya yang pernah melakukan pembelian produk korean food halal yang tersertifikasi halal yaitu; Tteokboki (Lawson, Mujigae Wonhae, Gildak Indonesia, Eonni Kitchen, MamaSuka), kimchi (Mujigae Wonhae, Eonnie kitchen, Oppa oppa), Odeng (Mujigae Wonhae, Eonnie Kitchen), Samyang (Samyang Foods Inc), Jajangmyeon (Mujigae Wonhae), Jajangmyeon (Mujigae Wonhae), Korean Fried Chicken (Mujigae Wonhae, Gildak Indonesia), buldak, dakbal, dakganjeong, teokochi).

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam proses penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket).⁷⁶ Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷⁷ Kuesioner adalah suatu daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh responden, yakni orang yang merespons pertanyaan.

Pada prinsipnya kuesioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat karena banyak orang dapat sekaligus dihubungi. Pada penelitian ini penulis menyampaikan kuesioner tersebut melalui google form kepada responden yaitu konsumen muslim dikota Tasikmalaya yang pernah membeli produk korean food halal.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang diperlukan dan dipergunakan untuk mengumpulkan informasi.⁷⁸ Pada dasarnya Penelitian merupakan upaya pengukuran maka perlu adanya alat ukur penelitian tersebut, yaitu instrumen penelitian yang diperlukan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang menjadi fokus peneliti. Jadi instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, mengukur fenomena, dan menganalisis data yang sesuai dengan masalah yang dihadapi pada subjek atau sampel yang diamati.

⁷⁶ Sahir hafni Syafrida, *Metodologi Penelitian*, ed. Try Koryati (KBM Indonesia, 2021).

⁷⁷ Sugiyono, Metode Penelitian.

⁷⁸ Syafrida Hafni S, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021). hlm. 44-45.

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. 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.⁷⁹ Dengan menggunakan skala *Likert* maka variabel diukur dan dijabarkan menjadi indikator, yang nantinya akan menjadi bahan acuan membuat poin-poin untuk menyusun pertanyaan.

Tabel 3. 6 Skor Pada Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai Positif (+)	Bobot Nilai Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Data diolah Penulis, (2025)

Instrumen penelitian yang menggunakan skala *Likert* dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi. Di bawah ini disajikan tabel kisi-kisi instrumen untuk memudahkan penyusunan instrumen:

⁷⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif..., hlm. 93.

Tabel 3. 7 Kisi Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pertanyaan		No. Item
Literasi Halal	Mengerti Hukum Halal	1. Mengetahui perbedaan halal dan haram 2. Menyadari kewajiban konsumsi halal	1. Saya mengetahui perbedaan antara makanan yang halal dan haram menurut Islam. 2. Saya menyadari bahwa sebagai Muslim saya wajib mengonsumsi makanan halal.		1,2
	Bahan	1. Mengetahui bahan haram	3. Saya mengetahui bahan makanan yang di haramkan, seperti babi atau alkohol. 4. Saya bisa membedakan bahan yang belum jelas kehalalannya (syubhat).		3, 4
	Proses Produk Halal	1. Alat produksi bebas najis 2. Pemotongan sesuai syariah	5. Saya mengetahui bahwa peralatan produksi makanan halal harus bebas dari bahan najis. 6. Saya memahami pentingnya proses penyembelihan sesuai syariat Islam.		5, 6
	Poduk	1. Pentingnya label halal 2. kesadaran produk asing	7. Saya merasa lebih yakin membeli makanan Korea yang memiliki sertifikat halal. 8. Saya tidak langsung menganggap makanan Korea halal sebelum melihat labelnya.		7, 8
Korean Wave	Pemahaman (<i>Understanding</i>)	1. Pemahaman tentang <i>Korean Wave</i> 2. Pengetahuan tentang makanan korea halal 3. Kesadaran tentang pentingnya produk makanan korea halal	9. Saya memahami bahwa <i>Korean Wave</i> mencakup musik, drama, budaya, dan makanan Korea. 10. Saya mengetahui beberapa makanan Korea yang tersedia dalam versi halal di Indonesia. 11. Saya paham bahwa tidak semua makanan Korea halal		9, 10, 11
	Sikap Perilaku (<i>Attitude and Behavior</i>)	1. Ketertarikan terhadap budaya dan produk korea	12. Saya merasa tertarik membeli makanan Korea karena sering menontonnya di drama atau media sosial.		12, 13

			13. Saya lebih memilih makanan korea halal dibandingkan makanan korea tanpa label halal	
	Persepsi (<i>Perception</i>)	1. Persepsi terhadap kualitas makanan Korea halal 2. Persepsi terhadap keamanan dan kenyamanan konsumsi	14. Saya percaya bahwa makanan Korea halal memiliki rasa dan kualitas yang baik. 15. Saya merasa aman dan nyaman mengonsumsi makanan Korea yang sudah bersertifikat halal.	14, 15
<i>Word of Mouth</i>	<i>Talker</i> (Pembicara)	1. Sumber informasi berasal dari teman, keluarga, media sosial	16. Saya mendapatkan informasi makanan Korea halal dari teman, keluarga, dan media sosial 17. Saya lebih percaya informasi makanan Korea halal dari teman atau sesama Muslim.	16, 17
	<i>Topics</i> (Topik)	1. Informasi tentang produk	18. Saya mendapatkan informasi dari teman, keluarga, dan media sosial bahwa produk makanan korea halal memiliki rasa yang enak 19. Saya mendapatkan informasi dari teman, keluarga, dan media sosial bahwa makanan korea halal memiliki beragam produk yang ditawarkan	18, 19
	<i>Tools</i> (Alat)	1. Rekomendasi dari media sosial atau orang lain	20. Saya mengetahui produk makanan korea halal dari media sosial, teman, dan keluarga 21. Saya memperoleh rekomendasi makanan korea halal dari teman, keluarga, dan media sosial	20, 21
	<i>Talking Part</i> (Partisipasi)	1. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	22. Saya sering merekomendasikan makanan korea halal kepada teman, keluarga, dan media sosial 23. Setelah mencoba makanan korea halal saya membagikan pengalaman saya	22, 23

			kepada teman, keluarga, dan media sosial	
	<i>Tracking (Pengawasan)</i>	1. Evaluasi konsumen terhadap produk makanan Korea halal 24. Pihak produsen atau penjual makanan Korea halal memberikan respon yang baik terhadap kritik dan saran yang saya berikan terkait kehalalan produk 25. Pihak produsen atau penjual makanan Korea halal memberikan respon yang baik terhadap kritik dan saran yang saya berikan terkait kualitas produk.	24, 25	
Minat Beli	Minat <i>transaksional</i>	1. Kecenderungan membeli produk 26. Saya siap membeli makanan korea halal jika tersedia di sekitar saya 27. Saya lebih memilih membeli makanan yang sudah terjamin halal dari pada yang syubhat	26, 27	
	Minat <i>referensial</i>	1. Kecenderungan mereferensikan produk kepada orang lain 28. Saya akan merekomendasikan makanan korea halal kepada teman atau keluarga 29. Saya merasa yakin merekomendasikan makanan korea halal yang pernah saya coba	28, 29	
	Minat <i>preferensial</i>	1. Menunjukkan pertimbangan dalam membeli produk 30. Saya lebih memilih makanan Korea yang sudah memiliki label halal. 31. Saya mempertimbangkan label halal sebelum membeli makanan Korea.	30, 31	
	Minat <i>eksploratif</i>	1. Perilaku mencari informasi mengenai produk yang diminati 32. Saya mencari informasi mengenai makanan korea halal melalui media sosial 33. Saya mencari informasi mengenai makanan korea halal dari teman atau keluarga	32, 33	
Keputusan Pembelian	Tujuan untuk Membeli Produk	1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Konsumen menyadri 34. Saya memiliki tujuan saat membeli makanan Korea halal. 35. Saya menyadari manfaat dan kegunaan makanan	34, 35	

		kegunaan produk	Korea halal sebelum membeli.	
Pencarian Informasi	1. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan produk 2. Mencari informasi untuk harga dan rasa	36. Saya mempertimbangkan beberapa pilihan sebelum memutuskan membeli makanan Korea halal. 37. Saya mencari informasi tentang harga dan rasa sebelum memilih makanan korea halal	36, 37	
Kemantapan Produk	1. Keputusan untuk membeli produk	38. Saya merasa yakin saat memutuskan membeli makanan Korea halal. 39. Saya tidak ragu dalam memilih produk makanan Korea halal yang akan dibeli.	38, 39	
Memberikan Rekomendasi kepada Orang lain	1. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 2. Membeli produk karena direkomendasikan oleh orang lain	40. Saya membeli makanan Korea halal karena mendapat rekomendasi dari orang lain. 41. Saya bersedia merekomendasikan makanan Korea halal kepada orang lain.	40, 41	
Kembali Membeli Produk	1. Kepuasan membeli produk 2. Melakukan pengulangan pembelian	42. Saya puas setelah membeli dan mengonsumsi makanan Korea halal. 43. Saya ingin membeli kembali makanan Korea halal yang sudah saya coba.	42, 43	

Sumber: Data diolah Penulis, (2025)

F. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Teknik analisis data merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Teknik analisis data kuantitatif merupakan teknik pengolahan data dimana datanya merupakan data numerik.⁸⁰ Pada penelitian kuantitatif,

⁸⁰ Almira Keumala Ulfah et al., Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset Dan Pengembangan) (Pamekasan: IAIN Madura Press, 2022), hlm. 1.

analisis data merupakan kegiatan daripada selesainya sebuah data dari seluruh responden yang terkumpul secara statistik.⁸¹

Analisis data adalah salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan dalam memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Ketepatan dalam penggunaan alat analisis sangat diperlukan ketajaman pengambilan kesimpulan, artinya menstabilasi data sesuai variabel asal dari seluruh responden, menyajikan data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab setiap rumusan, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁸² Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Metode pengolahan data pada penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). SEM merupakan metode statistik multivariate yang dapat digunakan untuk menyelesaikan model hubungan (sebab akibat) antara variabel secara menyeluruh (komprehensif), kompleks dan sistematis.⁸³ Penelitian ini menggunakan metode SEM yang disebut juga teknik prediction-oriented. Pendekatan SEM secara khusus berguna untuk memprediksi variabel dependen dengan melibatkan banyak variabel independen.⁸⁴

- a. *Partial Least square (PLS)*

⁸¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif (Bandung: CV. ALFABETA, 2018), hlm. 226.

⁸² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif.

⁸³ Syahrir et al., Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan (Bogor: IPB Press, 2020), hlm. 48.

⁸⁴ Syahrir et al., Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan.

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang kuat karena tidak didasarkan pada beberapa asumsi atau syarat. Seperti uji normalitas dan uji multikollienaritas. Keunggulan dari metode PLS ini yaitu ukuran sampel tidak harus besar. Adapun keunggulan lainnya pada bagian data yang tidak harus berdistribusi normal multivariate dan indikator dengan skala data kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat digunakan.⁸⁵

Secara umum, PLS-SEM bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar konstruk tersebut. Konsekuensi logis penggunaan PLS SEM adalah pengujian dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, mengabaikan beberapa asumsi (non-parametrik) dan parameter ketepatan model prediksi dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2).⁸⁶

b. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau lazim pula dikenal dengan istilah outer model merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel latennya. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas.⁸⁷

1) Uji Reliabilitas Indikator

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Siswoyo Haryono and Parwoto Wardoyo, Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00 (Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama, 2013), hlm. 12.

⁸⁷ Imam Ghazali, Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS), Edisi 4. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014), hlm. 75.

Uji reliabilitas indikator bertujuan mengevaluasi apakah indikator indikator yang mengukur variabel laten reliabel atau tidak, yakni dengan mengevaluasi atau melihat nilai outer loading tiap indikator. Nilai outer loading harus > 0.7 yang menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varian indikatornya.

2) Uji Internal Consistency Reliability

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latennya. Indikator penilaian Internal Consistency Reliability adalah nilai composite reliability dan Cronbach's alpha. Nilai composite reliability $0.6 - 0.7$ dianggap memiliki reliabilitas yang baik, dan Cronbach's alpha yang diharapkan adalah > 0.7 .

3) Uji Validitas Konvergen

Uji validitas ditentukan berdasarkan dari prinsip bahwa pengukur pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen sebuah konstruk dengan indikator reflektif dievaluasi dengan Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE seharusnya sama dengan 0.5 atau lebih. Nilai AVE 0.5 atau lebih berarti konstruk dapat menjelaskan 50% atau lebih varians itemnya.

4) Uji Validitas Diskriminan

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah suatu indikator reflektif benar-benar merupakan ukuran yang baik terhadap konstruknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi kuat

dengan konstruknya. Ukuran konstruksi yang berbeda tidak boleh berkorelasi tinggi. Pada SmartPLS atau aplikasi serupa, uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan nilai Cross-Loading, kriteria Fornell-Larcker, dan Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT).

a) Nilai Cross Loading setiap konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai cross loading yang diharapkan adalah lebih besar dari 0.7.

b) Fornell-Larcker adalah metode lain untuk menilai validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan Fornell-Larcker, metode tradisional yang digunakan selama lebih dari 30 tahun, membandingkan nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) dari setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya struktur model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dari korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model, maka model dikatakan mempunyai validitas diskriminan yang baik.

c. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural, yang juga sering disebut sebagai inner model, melibatkan penilaian terhadap adanya kolinearitas antara konstruk dan

kemampuan prediktif model. Untuk mengukur kemampuan prediksi model, digunakan kriteria sebagai berikut:⁸⁸

- 1) Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R2) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R2) diharapkan antara 0 dan 1. Nilai R2 = 0.75 (model kuat), R2 = 0.50 (model moderat), R2 = 0.25 (model lemah).

- 2) Effect Size (f2)

Effect size (f2) bertujuan untuk menilai apakah ada/tidak hubungan yang signifikan antar variabel. Seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan effect size (f-square). Nilai f2 = 0.02 (kecil), f2 = 0.15 (sedang), f2 = 0.35 (besar), serta f2 < 0.02 dapat diabaikan atau dianggap tidak ada efek.

2. Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada pengujian inner model, yaitu melalui t-statistic yang dapat menunjukkan tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis tersebut. Dalam smartPLS, terdapat suatu nilai, yakni T-Statistics dan P-Values, yang mana, nilai-nilai ini dapat digunakan sebagai aturan pengambilan keputusan, apakah berpengaruh signifikan atau tidak.

⁸⁸ Ghazali, Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS).

Dengan kriteria penerimaan hipotesis, yaitu nilai t-statistic harus lebih besar dari t-tabel.⁸⁹

Adapun dalam penelitian ini menghitung t-tabel menggunakan rumus TINV di Excel, dengan rumus sebagai berikut:

Jumlah Bootstrap	Tingkat Signifikan	Degree of Freedom (DF)	T tabel atau nilai kritis T
210	0,05	208	1,971434659

$$=TINV(C52 ; D52)$$

^

Keterangan:

df (*degrees of freedom* atau derajat bebas) = 208 (sampel 210-2=208)

Tingkat Signifikan = 0,05 atau 5%

Dengan kriteria penerimaan hipotesis, yaitu nilai t-statistic harus lebih besar dari t-tabel 1,971 untuk pengujian hipotesis pada alpha 5% atau bisa dengan melihat p-value < 0,05 yang dapat menunjukkan bahwa variabel tersebut signifikan, dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada variabel laten terhadap laten lainnya.

G. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dalam melaksanakan penelitian ini adalah Kota Tasikmalaya dengan memperoleh data dari penyebaran kuesioner melalui google form kepada konsumen muslim yang pernah membeli produk korean food halal.

⁸⁹ Willy Abdillah and Jogiyanto Hartono, Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), hlm. 197.

2. Jadwal Penelitian

Alokasi waktu yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

Tabel 3. 8 Jadwal Penelitian

No	Kegiatam	Tahun 2025								
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sept	Okt
1	Observasi									
2	Sk Judul									
3	Penyusunan Usulan Skripsi									
4	Seminar Usulan Penelitian									
5	Penyusunan Hasil Penelitian									
6	Seminar Hasil Penelitian									
7	Sidang Skripsi									