

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausalitas. Penelitian Asosiatif kausalitas adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih, yang bersifat sebab-akibat dan satu variabel (*independent*) mempengaruhi variabel lainnya (*dependent*) (Sugiyono, 2016). Penelitian ini memiliki 2 tujuan. Pertama, mengukur *awareness level* konsumen muslim Indonesia, kedua mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi *halal awareness* konsumen muslim Indonesia pada *halal brand product*.

3.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah risetnya secara khusus (Sugiyono, 2016). Data primer dalam penelitian ini adalah hasil jawaban pengisian kuisisioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode dalam pengumpulan data yaitu Angket atau Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini menggunakan skala likert. Berikut tabel skala dalam penelitian ini:

Table 3.1 Instrumen Skala Likert

Penilaian	Skor	Skala
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Likert
Tidak Setuju (TS)	2	
Netral (N)	3	
Setuju (S)	4	
Sangat Setuju (SS)	5	

Sumber : Sugiyono (2016)

3.4 Populasi Dan Sample

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang di terapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk muslim di Provinsi Lampung pada tahun 2020 berjumlah 83,64% dari total 1.916.593 jiwa yaitu 1.603.038 jiwa.

(Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Islam_di_Lampung).

3.4.2 Sample

Sample adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi (Sugiyono, 2016). Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode nonprobability sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sample berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin berikut rumus slovin dalam penelitian ini :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%,

Berikut perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin :

$$= \frac{1.603.038}{1 + (1.603.038).(0,1)^2}$$

$$= 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus *slovin* didapatkan jumlah sampel sebanyak 99.99 responden menjadi sebanyak 100 responden. Setelah mendapatkan jumlah sampel kemudian memilah penyebaran kuesioner kepada responden penentuan responden peneliti

menggunakan kriteria pengambilan sampel. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kriteria Pemilihan Sample

No	Kriteria Pemilihan Sample
1.	Berusia minimal 17 tahun baik untuk laki-laki maupun perempuan
2.	Pendidikan Terakhir SMA
3	Beragama Islam

Sumber : Data Diolah, 2020

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel (X) atau Independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas (X) adalah *Religious Belief*, *Health Reasons*, *Logo Certification*, dan *Exposure*.

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel

bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) adalah *Halal Awareness*.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.6
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variable	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Religious Belief</i>	Kepercayaan agama adalah sistem kepercayaan dan praktik di mana sekelompok orang menafsirkan dan menanggapi apa yang mereka rasa supernatural dan sakral (Johnstone, 1975)	Komitmen konsumen muslim pada penerapan prinsip agama di kehidupan sehari-hari terutama dalam mengkonsumsi produk halal	1. Prinsip agama 2. Pembelajaran agama 3. Ketaatan Agama Menurut Dwi Agustina Kurniawati & Hana Savitri (2017)	Interval
<i>Health Reasons</i>	Alasan kesehatan dapat diartikan tidak hanya motif agama yang dapat menentukan kesadaran masyarakat terhadap makanan atau produk halal untuk dikonsumsi, tetapi juga masalah kesehatan terkait identitas agama dan tingkat akulturasi dalam apapun yang dikonsumsi sehari-hari (Bonne et al, 2007).	Alasan konsumen muslim memilih dan mengkonsumsi produk halal dalam memenuhi kebutuhan	1. Kemanfaatan 2. Jaminan 3. Perlindungan Kesehatan Menurut Dwi Agustina Kurniawati & Hana Savitri (2017)	Interval
<i>Logo Certification</i>	Sertifikasi halal atau logo sertifikasi didefinisikan sebagai dokumen yang dikeluarkan oleh sebuah organisasi Islam yang menyatakan bahwa produk yang tercantum didalamnya memenuhi pedoman Islam sebagaimana didefinisikan oleh lembaga sertifikasi tersebut. Fauziah (2019)	Kemampuan konsumen dalam mengidentifikasi produk halal melalui logo resmi mengenai kehalalan produk.	1. Lembaga Sertifikasi halal 2. Keberadaan Logo halal 3. Identifikasi Kehalalan produk Menurut Dwi Agustina Kurniawati & Hana Savitri (2017)	Interval

<i>Exposure</i>	Exposure adalah sebuah informasi berupa pengajaran dan pemaparan yang diberikan oleh produsen atau penjual kepada konsumen dalam memilih produk yang tepat. Ambali dan Bakar (2014)	Informasi yang diperoleh oleh konsumen terkait dengan kehalalan sebuah produk	1. Ketersediaan Informasi produk halal 2. Penyedia informasi mengenai produk halal Menurut Dwi Agustina Kurniawati & Hana Savitri (2017)	Interval
<i>Halal Awareness</i>	<i>Halal awareness</i> adalah minat, pengalaman khusus, memiliki informasi tentang sesuatu tentang makanan, minuman dan produk halal. Jadi <i>halal awareness</i> adalah proses pemberitahuan pada peningkatan tingkat kesadaran Muslim tentang apa yang diperbolehkan untuk makan, minum ataupun penggunaan jasa. Ambali dan Bakar (2014),	Tingkat kesadaran resiko seseorang terkait dengan apapun yang membahayakan.	1. Pemahaman produk halal 2. Mengonsumsi produk halal 3. Pemahaman mengenai produk haram Menurut Dwi Agustina Kurniawati & Hana Savitri (2017)	Interval

Sumber : Data Diolah, tahun 2020

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua) yang disesuaikan dengan tujuan dalam penelitian ini. Metode analisis data yang pertama dalam penelitian ini menggunakan analisis *Likert Scale Interpretation* dan Uji Hipotesis menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM).

3.7.1 *Likert Scale Interpretation.*

Likert Scale Interpretation menurut Sugiyono (2010) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam menghitung nilai interval peneliti merujuk pada penelitian Aswin (2011) dengan menggunakan menggunakan rumus :

$$\frac{(\text{Jumlah indikator} \times \text{Skor Tertinggi}) - \text{Jumlah Indikator}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

3.7.2 Partial Least Square (PLS)

PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghazali (2006), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* (Ghozali, 2006), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya, data harus terdistribusi normal, sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif.

Menurut Ghazali (2006) Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. Weight estimate untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana inner model (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan outer model (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstruksya) dispesifikasi. Hasilnya adalah residual variance dari variabel dependen. Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Pertama, adalah weight estimate yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (path estimate) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan indikatornya (loading). Ketiga, berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses iterasi 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan weight estimate,

tahap kedua menghasilkan estimasi untuk inner model dan outer model, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi means dan lokasi (Ghozali, 2006).

3.7.3 Model Pengukuran atau Outer Model

Convergent validity dari model pengukuran dengan model reflektif indicator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin, 1998 dalam Ghozali 2006). *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indicator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi dengan item pengukuran lebih besar dari ada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik dari pada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik dari pada ukuran blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar *AVE* setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reabilitas *component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reability*. Direkomendasikan nilai *AVE* harus lebih besar 0,50 (Fornel dan Larcker, 1981 dalam Ghozali, 2006). *Composite reability* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2006).

3.7.4 Model Struktural atau Inner Model

Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2006). Di samping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

3.7.5 Pengujian Hipotesis

Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *T-table* dan *T-statistic*. Jika *T-statistic* lebih tinggi dibanding nilai *T-table*, berarti hipotesis terdukung atau diterima (Hartono dalam Jogiyanto, 2009). Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95% (alpha 95 persen), maka nilai *T-table* untuk hipotesis satu ekor (*one tailed*) adalah > 1.960 .