

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian untuk mengetahui dan menjadi mampu menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Sanusi (2019) menyatakan bahwa desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian.

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data yang akan digunakan. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan untuk mendukung pernyataan dalam suatu penelitian. Sumber data cenderung pada pengertian dari mana (sumbernya) data itu berasal, Sanusi (2019). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.2.1 Data Primer

Menurut Siregar (2015:37) Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer disebut juga data asli atau data baru seperti: Kuesioner,

survey, observasi dsb. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari data kuesioner yang diisi oleh responden yaitu masyarakat Bandar Lampung Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berupa metode kuesioner (angket) yang menggunakan skala Likert.

3.2.2 Data Sekunder

Menurut Siregar (2015:37) Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Kuesioner

Teknik ini yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan untuk diisi oleh 80 konsumen yang membeli Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung yang terpilih pada penelitian ini.

3.3.2 Studi Dokumentasi

Mengumpulkan data dari buku-buku, tulisan ilmiah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2019). Jumlah populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung tahun 2021.

3.4.2 Sampel

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Hair, et al. Rumus ini digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variable indikator. Sehingga jumlah indikator sebanyak 15 buah dikali 5 ($15 \times 5 = 80$). Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 80 responden.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Bebas/ *Independent*

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah Label Halal (X1), Kualitas Produk (X2) dan Citra Merek (X3).

3.5.2 Variabel Terikat/ *Dependent*

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 Keputusan Pembelian

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang menjelaskan cara mengukur variabel. Dan dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

1. Variabel Bebas Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel variabel lain, Anwar Sanusi (2019). Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah Label Halal (X1) Kualitas Produk (X2) dan Citra Merek (X3).
2. Variabel Terikat Variabel terikat atau variabel tergantung (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, Anwar Sanusi (2019). Dalam hal ini yang mejadi variabel terikat adalah Keputusan Pemebelian (Y).

Definisi operasional berguna untuk lebih mengarahkan penelitian ini sesuai objek sasaran yang diharapkan maka dirasakan perlu untuk memberikan pengertian tentang konsep variabel dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
1.	Label Halal (X ₁)	Menurut Yuswohadi (2015) label halal yaitu jaminan yang diberikan	Pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk Mie	1. Gambar label halal MUI 2. Tulisan halal MUI	Interval

		<p>oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam.</p>	<p>Instan Korea Samyang untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal</p>	<p>3. Kombinasi dari gambar dan tulisan label halal MUI</p> <p>4. Menempel pada kemasan atau suatu yang melekat dari kemasan (label halal MUI). (Utami, 2020)</p>	
2.	<p>Kualitas Produk (X₂)</p>	<p>Menurut Kotler dan Keller (dalam Lubis, 2020), mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk</p>	<p>Keseluruhan ciri serta sifat dari produk Mie Instan Korea Samyang yang berpengaruh untuk memuaskan kebutuhan konsumen.</p>	<p>1. Penampilan</p> <p>2. Selera</p> <p>3. Rasa</p> <p>4. Tekstur (Bennion dan Scheulle dalam Lubis, 2020)</p>	<p>Interval</p>

		memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.			
3.	Citra Merek (X ₃)	Menurut Kotler (Makrufah, 2017) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen.	Persepsi dan kepercayaan yang dipegang oleh konsumen Mie Instan Korea Samyang	1. Recognition 2. Reputation 3. Affinity 4. Brand Loyalty (Aeker dalam Lubis, 2020)	Interval
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberikan menggunakan mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang	Serangkaian proses yang dilewati konsumen untuk membeli produk Mie Instan Korea Samyang	1) Kemantapan pada sebuah produk. 2) Kebiasaan dalam membeli produk. 3) Memberikan rekomendasi pada orang lain. 4) Melakukan pembelian ulang. (Kotler dan Keller	Interval

		diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya.		dalam Senggeta ng, 2019)	
--	--	--	--	--------------------------	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang di kumpulkan oleh peneliti. Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan bernilai positif maka pernyataan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2016)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dikatakan Nunnally dalam (Ghozali, 2016) yaitu jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,6$ maka pernyataan dinyatakan reliabel.

3.8 Teknik Analisa Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan memperoleh deskripsi terkait data yang digunakan dalam penelitian dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi (*deviation standar*), varian (*variance*), nilai minimum, nilai maksimum, *range*, dan sebagainya. Statistik deskriptif memberikan interpretasi data yang lebih jelas dan mudah dipahami. Setiap jawaban responden memiliki skor. Nantinya akan diperoleh nilai rata-rata dari skor tersebut. Nilai rata-rata yang diperoleh akan disesuaikan dengan *range score* yang telah dihitung untuk mengetahui keterangan dari butir pernyataan. *Range score* yang telah dihitung dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2

Mean Range Score

<i>Interval Mean</i>	Kategori
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju
1,80 – 2,59	Tidak Setuju
2,60 – 3,39	Kurang Setuju
3,40 – 4,19	Setuju
4,20 – 5,00	Sangat Setuju

3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas (independen) yaitu Label Halal (X1), Kualitas Produk (X2) dan Citra Merek (X3) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu Keputusan Pembelian (Y). Metode regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan

bantuan SPSS. Adapun model persamaan yang digunakan (Sugiyono, 2014), yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

β_0 = Konstanta

β_1-3 = Koefisien regresi berganda

X1 = Label halal

X2 = Kualitas Produk

X3 = Citra merek

ε = Standar error

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik (Ghozali, 2016).

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Jika distribusi data

residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

2. Analisis Statistik

Uji normalitas residual dengan pendekatan analisis statistik dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan hipotesis. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat Asymp. Sig. (2-tailed). Jika tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data residual berdistribusi normal.

3.9.2 Uji Linearitas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015:323) uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui test of linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada sig deviation from linearity $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

3.9.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2016) salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan persamaan sebagai berikut:

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi Heteroskedastisitas. Suatu model regresi dinyatakan tidak mengandung heteroskedastisitas jika variabel independen tidak signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5 persen (Ghozali, 2016).

3.9.4 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel *independen*. Dalam penelitian ini, multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* $\leq 0,1$ dan nilai VIF ≥ 10 dalam model (Ghozali, 2016).

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Signifikan Serempak (Uji F)

Menurut Ghozali (2016) uji F menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau serempak terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2013) kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- 1) H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $sig F \geq \alpha (0,05)$

- 2) H_0 ditolak (H_a diterima) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $\text{sig } F < \alpha$ (0,05)

3.10.2 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Ghozali (2016) menyatakan uji t bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dengan kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $\text{sig } t \geq \alpha$ (0,05)
- 2) H_0 ditolak (H_1 diterima) jika $t_{hitung} > t_{table}$ atau $\text{sig } t < \alpha$ (0,05)

