

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

1.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dan asosiatif. Menurut Sugiyono (2021:65), penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian dimana metode pemecahan masalah menggunakan data berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik. Sedangkan menurut Sugiyono (2021:67), penelitian asosiatif adalah penelitian yang ditujukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak antara variabel independen dan dependen dan apabila ada seberapa erat pengaruh atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh hubungan itu.

1.1.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data primer, yang bersumber dari kuesioner atau angket yang disebarakan kepada konsumen *Kohwa Coffe Shop*.
2. Data sekunder, yang bersumber dari *website* resmi sosial media seperti Instagram serta data yang diambil langsung mengenai jumlah konsumen dari *Kohwa Coffe Shop*.

1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.2.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di *Kohwa Coffe Shop* yang

terletak di jalan Abd. Sani Muthalib No. 8, Kelurahan Terjun, Kecamatan Medan Marelan.

1.2.2 Waktu Penelitian

Sedangkan waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Oktober 2023. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1.
Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Tahun								
		Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Jun 2023	Jul 2023	Ags 2023	Sep 2023	Okt 2023	Nov 2023
1	Pengajuan Judul									
2	Penyusunan Proposal									
3	Bimbingan Proposal									
4	Seminar Proposal									
5	Penyusunan Skripsi									
6	Bimbingan Skripsi									
7	Sidang Meja Hijau									

1.3 Populasi dan Sampel

1.3.1 Populasi

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021:76). Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen *Kohwa Coffe Shop* di tahun 2023 yang berjumlah 1000 konsumen.

1.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2021:71), sampel adalah “bagian dari jumlah dan

karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk seluruh populasi”.

Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} \text{ (Sugiyono, 2021)}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Tingkat kesalahan pengambilan sampel (10%)

Berdasarkan rumus Slovin di atas, untuk menentukan jumlah sampel penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1000}{1 + 1000 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 1000 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 10}$$

$$n = \frac{1000}{11}$$

n = 90,9 dibulatkan menjadi 91 konsumen

Adapun teknik penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2021:85), *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dimaksudkan dalam pemilihan responden memiliki ciri-ciri tertentu yang erat dengan populasi, dalam penelitian ini yaitu setiap konsumen yang melakukan pembelian produk *Kohwa Coffe Shop* pada tahun 2023.

1.4 Definisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2021:102), variabel penelitian adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa aja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu “pengaruh sertifikasi halal, harga dan kualitas produk terhadap keputusan membeli konsumen *Kohwa Coffe Shop*, maka penulis mengelompokan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel indepen (X) dan variabel dependen (Y).

1.4.1 Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (X) sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *abtecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono,

2021:103). Adapun variable bebas dalam penelitian ini terdiri dari Sertifikasi Halal (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2021:103). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Untuk lebih memahami definisi operasional penelitian ini dapat dipahami dalam tabel berikut:

Tabel 3.2.
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1.	Sertifikasi Halal (X ₁)	Sertifikat halal adalah fatwa tertulis dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam (Desmayonda & Trenggana, 2019).	1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi Gambar dan Tulisan 4. Menempel pada Kemasan (Ummah, 2023:1115)	<i>Likert</i>
2.	Harga Produk (X ₂)	Harga produk adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk. (Kotler dan Armstrong, 2022:345).	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga (Stanton, 2019:51)	<i>Likert</i>
3	Kualitas Produk (X ₃)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Purnama & Rialdy, 2019).	1. Kesegaran 2. Tampilan 3. Rasa 4. Inovasi (Kotler & Armstrong, 2022:283)	<i>Likert</i>

4.	Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Keputusan pembelian konsumen adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan (Machfoedz, 2020:44).	1. Kebutuhan yang dirasakan 2. Kegiatan sebelum membeli 3. Perilaku waktu memakainya 4. Perilaku paska pembelian (Harahap, 2015:32)	<i>Likert</i>
----	----------------------------------	---	--	---------------

Sumber: Data Diolah, 2023.

1.4.2 Aspek Pengukuran Variabel

Adapun aspek pengukuran variabel penelitian ini dilakukan dengan mengkonversi jawaban konsumen ke dalam skala *likert* yang terdapat dalam kuisisioner variabel penelitian. Adapun ketentuan konversi jawaban konsumen dapat diukur dengan mengacu pada tabel berikut ini:

Tabel. 3.3
Tabel Skala *Likert*

No	Pertanyaan	Skor Positif	Skor Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Data Diolah, 2023.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan instrument pengumpulan data adalah faktor penting dalam keberhasilan suatu penelitian. Hal ini berkaitan tentang bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan alat apa saja yang akan digunakan dalam melakukan penelitian. Metode pengumpulan data merupakan teknik ataupun cara yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode

menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi, dan lain sebagainya.

Sedangkan instrument pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, karena berupa alat, maka instrument dapat berupa lembar *cek list*, kuesioner (angka terbuka/tertutup), pedoman wawancara dan lainnya.

Adapun instrumen pengumpulan data penelitian ini terdiri dari beberapa jenis, yaitu:

1. Lembar Wawancara (*Interview*), yaitu suatu instrumen tanya jawab dengan pihak yang mempunyai wewenang untuk memberikan data yang dibutuhkan.
2. Lembar Observasi (Pengamatan), yaitu suatu instrumen lembaran tertulis tentang acuan aspek pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.
3. Lembar Kuisisioner, yaitu suatu instrumen berupa lembar kuesioner berisi pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung.
4. Lembar Dokumentasi, yaitu suatu instrumen berupa lembaran tertulis tentang acuan dokumen apa saja yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.6 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen kuesioner akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap item-item pernyataan yang dipergunakan dalam pengukuran variabel bebas dan terikat penelitian. Untuk menguji validitas dan reliabilitas, hal ini dilakukan

dengan tujuan untuk menganalisis apakah butir-butir instrumen yang dikumpulkan benar-benar sesuai dan rasional dalam mengukur variabel penelitian.

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner, dilakukan uji instrumen pengumpulan data. Pengujian instrumen yang dilakukan meliputi:

1.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti.

Menurut Arikunto (2019:116), untuk menentukan koefisien validitas angka digunakan korelasi *produk moment* dengan membandingkan harga r_{hitung} yang diperoleh dengan r_{tabel} untuk n (jumlah konsumen sebagai sampel) dan taraf signifikan 95% atau $\alpha = 0,05$ dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hasil tersebut dikatakan valid tetapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka hasil tersebut dinyatakan tidak valid.

Dalam mencari nilai kolerasi, penulis menggunakan rumus *pearson product moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{N (\sum XF) - (\sum X) (\sum F) f (N \cdot \sum)}{X^2 - (\sum X)^2 (NF^2 - (\sum F)^2)}$$

Dimana :

R_{xy} = koefisien kolerasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan *Software Statistical Package for Sosial Science* (SPSS). Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

1.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Cronbach Alpha* berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliable. Setelah melakukan uji instrument penelitian, maka tahap selanjutnya adalah memilih

metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

Menurt Sugiyono (2021:83), uji reliabilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas terhadap seluruh pertanyaan pada penelitian ini akan digunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha^2 b}{\alpha^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Realibilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \alpha^2 b$ = Jumlah varian butir

$\alpha^2 t$ = Varian total

Penghitungan realibilitas dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS V.23 dan uji realibilitas menggunakan teknik pengukuran *Cronbach Alpha*. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* secara keseluruhan $>$ *Cronbach Alpha* Jika item deleted, maka dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* secara keseluruhan $<$ *Cronbach Alpha* jika item deleted, maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3.4
Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Keandalan
0.0 – 0.20	Kurang Handal
>0.20 – 0.40	Agak Handal
>0.40 – 0.60	Cukup Handal
>0.60 – 0.80	Handal
>0.80 – 1.00	Sangat Handal

Sumber: Data Diolah, 2023.

Adapun nilai batas *Cronbach Alpha* sebagai batas tingkat keandalan adalah sebesar > 0.6 , maka instrument memiliki reliabilitas yang baik.

Setelah instrumen angket (*quisioner*) setiap variabel telah memenuhi kriteria uji validitas dan reliabilitas, kemudian instrumen angket (*quisioner*) tersebut disebarkan pada sampel penelitian, dan hasilnya akan dilakukan uji selanjutnya.

1.6.3 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi linier variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali, Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016:168). Alat analisis yang digunakan dalam uji ini adalah dengan analisis grafik untuk

mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, demikian sebaliknya. Selain itu bisa juga melalui uji statistik *Kolmogrov-Smirnov* atau biasa disingkat K-S. Uji K-S dibuat dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Bila $\text{sig} > 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$ berarti distribusi data normal (H_0 diterima), sebaliknya bila $\text{sig} < 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$ berarti distribusi data tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Menurut Ghozali, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2016:169). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance value*. Batas dari *tolerance value* adalah 0,10 dan batas dari VIF adalah 10.

Perumusan hipotesa untuk uji multikolinieritas adalah:

H_0 : Tidak terjadi multikolinieritas

H_a : Terjadi multikolinieritas

Bila $\text{VIF} > 10$ atau *tolerance value* $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas (H_a diterima), sebaliknya apabila $\text{VIF} < 10$ atau *tolerance value* $> 0,10$ maka

tidak terjadi multikolinieritas (H_0 diterima).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2016:178), model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada atau tidak heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y' adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah *distudentized*. Menurut Ghazali, (2016:179), jika variabel independen signifikan di bawah tingkat kepercayaan 5% secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika variabel Y signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2016:187), uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Alat analisis yang digunakan adalah uji *Durbin-Watson Statistic*. Untuk mengetahui terjadi atau tidak autokorelasi dilakukan dengan membandingkan

nilai statistik hitung *Durbin Watson* dengan statistik tabel *Durbin Watson* pada tabel.

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi yaitu:

1. Bila nilai DW terletak diantara batas atas atau *upper bound* (du) dan (4-du) maka koefisien autokorelasi = 0, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau *lower bound* (dl) maka koefisien autokorelasi > 0, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar dari (4-dl) maka koefisien autokorelasi < 0, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak antara du dan dl atau DW terletak antara (4-du) dan (4-dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

1.6.4 Pengujian Hipotesis

Adapun pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS for v.23. Adapun tahapan pengujian hipotesis penelitian ini antara lain:

1. Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Adapun analisis dengan model regresi berganda adalah menggunakan rumus:

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

Keterangan:

Y : Keputusan Membeli Konsumen

X₁ : Sertifikasi Halal

X₂ : Harga Produk

X_3 : Kualitas Produk

α : konstanta

e : *error* (tingkat kesalahan)

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

2. Uji Parsial dengan t_{test}

Uji t_{test} digunakan untuk mengetahui apakah secara individu atau parsial variabel independen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Dasar pengambilan keputusan adalah: H_0 ditolak atau H_a diterima jika nilai signifikan t atau p value $< 5\%$. Variabel sertifikasi halal (X_1), harga produk (X_2), dan kualitas produk (X_3) diuji masing-masing dengan menggunakan uji t , dengan kriteria sebagai berikut:

H_0 diterima apabila t hitung $< t$ table

H_a diterima apabila t hitung $> t$ table

3. Uji Simultan dengan F_{test}

Uji F_{test} digunakan untuk mengetahui apakah variabel sertifikasi halal (X_1), variabel harga produk (X_2), dan variabel kualitas produk (X_3) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y).

4. Uji Determinasi R Square (R^2)

Uji Determinasi R Square (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi ini adalah 0 sampai dengan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel

dependen amat terbatas. Menurut Ghazali (2016:208), nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.