

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini melihat bagaimana kesadaran akan produk makanan halal mempengaruhi pilihan pembelian. Variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen membentuk subjek penelitian (variabel independen). Minat Beli merupakan variabel dependen (Y) sedangkan Tingkat Harga, Gaya Hidup, dan Analisis Kesadaran Halal merupakan faktor independen (X) dalam penelitian ini. Partisipan penelitian ini adalah Muslim Gen-Z peminat/mengetahui budaya Korea Selatan.

3.2 Metode Penelitian

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara sistematis untuk mengumpulkan data untuk kegunaan tertentu. Teknik survei dengan pendekatan eksplanatori digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan kuantitatif ini menganalisis perilaku individu atau kelompok dengan menggunakan sampel dari populasi dan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data.

3.3 Desain Penelitian

Penelitian itu sendiri melihat sejauh mana variabel independen dan dependen saling mempengaruhi satu sama lain dalam kaitannya dengan isu sentral yang dihadapi. Oleh karena itu, sebab-akibat lebih baik didukung oleh desain penelitian ini. Tujuan utama dari desain kausalitas ini adalah untuk mengumpulkan bukti hubungan sebab akibat sehingga jelas faktor mana yang berdampak dan variabel mana yang terpengaruh. Menurut (Arikunto Suharsimi, 2014). Tujuan dari desain kausalitas adalah untuk menentukan ada tidaknya hubungan dan signifikansi hubungan tersebut.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan definisi operasional variabel-variabel yang digunakan yaitu Intensi Pembelian (Y), Analisis Kesadaran Halal, (X1) Tingkat Harga (X2) dan Gaya Hidup (X3).

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No	Variabel / Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
1	Kesadaran halal mengukur seberapa baik umat Islam memahami hal-hal yang berkaitan dengan doktrin halal. Pengetahuan ini terdiri dari pengetahuan tentang apa yang dimaksud dengan halal dan bagaimana suatu produk diproduksi sesuai dengan standar halal (Nurchahyo & Hudrasyah, 2017)	1. Pemahaman tentang pentingnya kehalalan	Seberapa jauh konsumen memperhatikan pentingnya halal sebelum membeli.	Interval
		2. Pemahaman tentang logo halal	Seberapa jauh konsumen memperhatikan pentingnya logo halal sebelum membeli.	
		3. Pemilihan Restoran bersertifikasi halal	Seberapa jauh konsumen memilih restoran bersertifikasi halal sebelum masuk.	
		4. Pemahaman Makanan dan Minumam halal	Seberapa paham konsumen tentang makanan dan minuman halal.	
2	Tingkat Harga atau Biaya barang atau juga jasa merupakan nilai total yang diberikan klien untuk keuntungan memiliki atau memanfaatkan barang atau jasa (Fanindia Nabiella, n.d.).	1. Keterjangkauan harga	Seberapa baik harga yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.	Interval
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Seberapa baik harga yang diberikan dengan kualitas produk yang diberikan.	
			Seberapa baik manfaat yang	

		3. Kesesuaian harga dengan manfaat	diterima dengan harga yang ditawarkan.	
3	Gaya hidup (<i>lifestyle</i>) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapat (Rahayu & Bonita, 2015).	1. Opini 2. Minat	Seberapa berpengaruh opini dalam pola hidup konsumen. Seberapa terpengaruh minat konsumen terhadap pola hidup.	Interval
4	Intensi membeli adalah langkah terakhir dalam proses pengambilan keputusan untuk pembelian konsumen. Pembentukan permintaan untuk suatu produk atau merek adalah di mana proses ini dimulai (<i>Need Arousal</i>) (Ni'mah, 2014).	1. Keinginan dari dalam diri 2. Keinginan dari lingkungan 3. Keinginan dari keluarga 4. Keinginan untuk pembelian	Seberapa tinggi niat membeli dari diri sendiri. Seberapa tinggi niat membeli dari faktor lingkungan. Seberapa tinggi niat membeli dari faktor keluarga. Seberapa tinggi niat membeli suatu barang.	Interval

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Berikut ini akan diuraikan mengenai populasi penelitian dan teknik penentuan sampel penelitian.

3.5.1 Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal hal menarik di mana peneliti ingin membuat opini dan yang ingin di investigasi oleh peneliti (U. dan R. B. Sekaran, 2017). Adapun populasi dari penelitian ini adalah masyarakat generasi Muslim Milenial Kota Bandung. Diketahui, generasi Z adalah kelompok orang yang lahir pada rentan waktu 1997-2010, yaitu berkisar pada usia 13-23. Alasan penulis memilih masyarakat generasi milenial adalah karena generasi tersebut memiliki persentase signifikan dalam populasi penduduk Indonesia terutama di Kota Bandung, Jawa Barat (bps.go.id, 2020).

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil mengikuti suatu prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel pada penelitian ini adalah bagian dari masyarakat generasi Muslim generasi Z di Kota Bandung. Teknik pengambilan sampel yang penulis gunakan adalah non-probability sampling, non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Penggunaan teknik tersebut disebabkan populasi masyarakat generasi z muslim di kota Bandung tidak diketahui secara pasti dan penulis tidak dapat memastikan jumlah populasi secara akurat.

Teknik sampling penelitian ini menggunakan Purposive Sampling. Pengambilan sampel bertujuan adalah metode pengambilan sampel yang digunakan dalam investigasi ini. Pendekatan pengambilan sampel dari pengambilan sampel bertujuan memiliki keterbatasan tertentu (Sugiyono, 2016). Alasan penggunaan teknik ini adalah teknik ini cocok untuk digunakan dalam penelitian kuantitatif atau penelitian skala kecil yang tidak menggeneralisasi menurut Sugiyono (2016).

3.5.2 Sampel Penelitian

Metode penentuan sampel jenuh atau total sampling adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2016). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Bandung. Dengan jumlah sampel penelitian berjumlah 310 sampel.

3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Instrumen Penelitian

Baik sumber data primer maupun sekunder digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Data sekunder berasal dari dokumen atau data yang disediakan oleh organisasi pemerintah, sedangkan data primer diperoleh melalui pemberian kuesioner kepada siswa dalam bentuk formulir *Google form*.

Google form digunakan untuk menyebarkan kuesioner, yang kemudian dibagikan di media sosial. Skala yang digunakan dalam pengembangan instrumen pengukuran ialah *semantic differential*. Skala diferensial semantik (*semantic differential scale*) digunakan untuk memastikan pendapat responden tentang merek, iklan, produk, atau individu tertentu. Skala pilihan ganda atau *checklist* ini digunakan untuk mengukur sikap. Garis kontinum skala ini, yang memiliki nilai

KH2	Anggota keluarga saya meyakini bahwa kehalalan pada makanan hal yang wajib saya perhatian dan jaga	0.679	0.3610	Valid
KH3	Saya menyetujui bahwa pemerintah dapat mengharuskan adanya logo halal bagi makanan dan minuman yang diperjual belikan	0.624	0.3610	Valid
KH4	Bagi saya adanya logo halal MUI/BPJP pada makanan menjadi dasar dari kehalalan sebuah produk makanan atau minuman	0.686	0.3610	Valid
KH5	Saya mempertimbangkan restoran yang bersertifikasi halal sebelum mengunjunginya	0.752	0.3610	Valid
KH6	Saya mengecek sertifikasi halal yang dimiliki restoran yang akan dikunjungi	0.660	0.3610	Valid
KH7	Menurut saya, makanan halal mengandung zat yang halal juga	0.748	0.3610	Valid
KH8	Menurut saya, produksi makanan halal menghasilkan makanan yang halal juga	0.748	0.3610	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Harga

Kode	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
TH1	Keterjangkauan harga makanan yang akan saya beli mempengaruhi dalam memilih restoran	0.557	0.3610	Valid
TH2	Saya mempertimbangkan harga murah atau mahal pada saat membeli makanan di restoran	0.515	0.3610	Valid
TH3	Menurut saya, harga barang yang tinggi pasti memiliki kualitas yang tinggi juga, begitupun sebaliknya	0.728	0.3610	Valid
TH4	Menurut saya, harga makanan Korea sebanding dengan cita rasanya	0.750	0.3610	Valid
TH5	Menurut saya, harga makanan Korea sebanding dengan biaya pembuatannya	0.776	0.3610	Valid
TH6	Menurut saya, harga makanan Korea relatif lebih murah dibandingkan dengan makanan internasional lainnya	0.499	0.3610	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup

Kode	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
GH1	Menurut saya, mengkonsumsi makanan di restoran menunjukkan gaya hidup yang modern	0.698	0.3610	Valid
GH2	Menurut saya, Trend makan makanan Korea adalah salah satu ciri gaya hidup remaja	0.681	0.3610	Valid
GH3	Saya setuju bahwa mengikuti tren makanan Korea menghasilkan hal yang positif	0.752	0.3610	Valid
GH4	Menurut saya, mengkonsumsi makanan internasional menjadi salah satu gaya hidup anak muda	0.758	0.3610	Valid
GH5	Menurut saya, banyak makanan Korea yang mengikuti tren gaya hidup sehat	0.709	0.3610	Valid
GH6	Menurut saya, memakan makanan Korea berarti saya mengikuti tren internasional	0.564	0.3610	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Intensi Pembelian

Kode	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
IP1	Saya berminat untuk mengkonsumsi makanan Korea	0.734	0.3610	Valid
IP2	Saya akan merekomendasikan orang sekitar saya untuk mencoba makanan Korea	0.833	0.3610	Valid
IP3	Saya membeli barang/makanan Korea sesuai dengan kehendak diri sendiri	0.819	0.3610	Valid
IP4	Menurut saya, lingkungan menjadi salah satu faktor yang	0.682	0.3610	Valid

Muhammad Zaki Fadhlurrahman, 2023

INTENSI PEMBELIAN MAKANAN KOREA PADA GENERASI Z: ANALISIS KESADARAN HALAL, TINGKAT HARGA DAN GAYA HIDUP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	mempengaruhi kebiasaan saya dalam membeli makanan			
IP5	Menurut saya, Keluarga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kebiasaan saya dalam membeli makanan	0.691	0.3610	Valid
IP6	Saya relatif sering mengkonsumsi makanan Korea dibandingkan makanan internasional lainnya	0.788	0.3610	Valid
IP7	Saya akan membeli makanan Korea lagi walaupun sudah pernah mengonsumsinya	0.676	0.3610	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

3.6.1.1 Uji Reabilitas

Sesudah melaksanakan tes validitas serta didapat kesimpulan kalau seluruh instrumen valid, setelah itu dicoba tes reliabilitas guna mencoba keabsahannya. Uji coba reliabilitas merupakan suatu scale ataupun instrumen alat ukur informasi supaya informasi yang diperoleh disebut *reliable* ataupun terpercaya bila instrumen itu dengan cara tidak berubah-ubah menimbulkan hasil yang serupa tiap kali dicoba pengukuran (Ferdinand, 2014). Ketetapan tes reliabilitas bisa dicoba dengan cara *split-half* dalam SPSS yang mempunyai determinasi sebagai berikut (Raharjo 2019):

1. Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dinyatakan reliabel,
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Berikutnya hal patokan pengetesan reliabilitas, suatu instrumen dibidang reliabel dengan memandang angka dari koefisien *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2018). Bila angka koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ maka instrumen diklaim reliabel (Ghozali, 2014). Selanjutnya ialah hasil dari pengetesan reliabilitas.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R Tabel	Keterangan
Kesadaran Halal	0.770	0.7	Reliabel
Tingkat Harga	0.789	0.7	Reliabel
Gaya Hidup	0.767	0.7	Reliabel
Intensi Pembelian	0.758	0.7	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada tabel di atas, diketahui bahwa pada seluruh Kesadaran Halal (X1), Tingkat Harga (X2), Gaya Hidup (X3) dan Intensi Pembelian (Y) memiliki nilai *guttman split-half* lebih besar dari nilai *r* tabel sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel. Setelah dari kedua pengujian yakni validitas dan reliabilitas, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner yang akan diisikan sebagai instrumen penelitian ini berisi daftar pertanyaan-pertanyaan yang diturunkan dari konsep teori yang dikaji dalam bab sebelumnya, kuesioner tersebut terdiri atas beberapa bagian. Bagian pertama berisi identitas lalu bagian berikutnya berisi respon atas pertanyaan yang dalam hal ini ini dibuat dalam bentuk pertanyaan. Pernyataan tersebut akan dibagi menurut variabel penelitian. Seperti yang telah dijelaskan bahwa ada empat variabel penelitian ini yaitu 1 variabel terikat dan tiga variabel bebas. Langkah-langkah pengumpulan Data adalah sebagai berikut:

1. peneliti menyebarkan kuesioner baik dalam bentuk Google forms kepada ada pada generasi Z di kota Bandung.
2. Responden akan mengisi kuesioner pada google form yang telah diberikan
3. Peneliti akan mengecek apakah ada kuesioner yang kosong atau *blank* respon terlalu banyak, jika ada ada pergantian responden.
4. Setelah diperiksa data tersebut ditabulasi dalam satu tabel yang menggambarkan keseluruhan variabel.

Pengukuran dan variabel atau Skoring variabel akan menggunakan skala likert, seperti yang disampaikan (Sugiyono, 2016b) ini ada sesuatu yang dapat mengukur persepsi seseorang atas fenomena sosial yang diketahui atau rasakan.

Indikator variabel dibuat dengan menerjemahkan skala Likert. Butir-butir instrumen, yang mungkin berbentuk pertanyaan, kemudian dirangkai dengan menggunakan indikator sebagai titik tolak. Setiap respon item instrumen berbasis skala likert berkisar dari sangat positif sampai sangat negatif. Jawaban-jawaban tersebut diberi skor positif untuk keperluan kuantitatif sebagai berikut.

Tabel 3. 8 Skala Likert

Respon	Bobot Nilai	
	Respon Positif	Respon Negatif
1. Sangat Setuju	5	1
2. Setuju	4	2
3. Ragu-ragu	3	3
4. Tidak setuju	2	4
5. Sangat tidak setuju	1	5

Sumber: Sugiyono (2016)

3.6.3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah analisis dengan mendiskripsikan hasil jawaban responden mengenai pernyataan dari kuesioner. Setiap pernyataan kuesioner terdiri dari 5 alternatif jawaban. Data variabel penelitian tersebut lalu dikelompokkan berdasarkan jumlah skor yang diperoleh responden dengan menentukan panjang kelas interval (p) di mana panjang kelas interval (p) dihitung dengan rumus :

$$p = \frac{\text{Range}}{\text{Banyak kelas}} \quad (\text{Sudjana, 2003 : 46})$$

Keterangan : Range = skor tertinggi – skor terendah

Banyak kelas 5 sesuai alternatif jawaban Sehingga : $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Kategorinya adalah :

Tabel 3. 9 Rentang Skor Untuk Responden

Rentang Skor	Rentang Skor Untuk 310 Responden	Kategori
$4,2 < X \leq 5$	$1302 < X \leq 1550$	Sangat Tinggi
$3,4 < X \leq 4,2$	$1054 < X \leq 1302$	Tinggi
$2,6 < X \leq 3,4$	$806 < X \leq 1054$	Sedang
$1,8 < X \leq 2,6$	$558 < X \leq 806$	Rendah
$1 < X \leq 1,8$	$310 < X \leq 558$	Sangat Rendah

3.7 Teknik Analisis Data

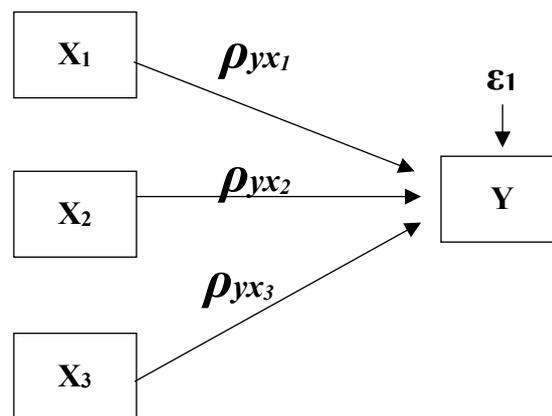
Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Analisis jalur Ini cocok dengan keperluan penelitian yaitu menguji hipotesis dari pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung dari variabel penelitian.

Variabel langsung maupun tidak langsung tidak lain adalah dari variabel X_1 ke Y , X_2 ke Y dan X_3 ke Y (Imam Ghozali, 2018).

Pembubaran atas analisis jalur Akan dilakukan dengan:

1. Korelasi antara X_1 X_2 , X_1 X_3 , X_2 X_3
2. Menghitung koefisien jalur dari X_1 ke Y , X_2 ke Y dan X_3 ke Y
3. Menghitung pengaruh langsung dari X_1 ke Y , serta menghitung pengaruh tidak langsung dari X_1 ke Y melalui X_2 dan X_3 . Mengikuti perhitungan sebelumnya juga dilakukan perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung dari X_2 ke Y dan X_3 ke Y .
4. Dilakukan uji hipotesis Dari setiap jalur yang ada

Diagram jalur dan persamaan struktural penelitian ini adalah seperti terlihat pada Gambar 3.3 sebagai berikut:



$$Y = \rho_{YX1}X_1 + \rho_{YX2}X_2 + \rho_{YX3}X_3 + \epsilon_1$$

Gambar 3. 1 Regresi Linear Ganda

Keterangan :

ρ_{YX1} = Besarnya koefisien jalur X_1 ke Y

ρ_{YX2} = Besarnya koefisien jalur X_2 ke Y

ρ_{YX3} = Besarnya koefisien jalur X_3 ke Y

Keterangan:

X_1 = Kesadaran Halal

X_2 = Tingkat harga

X_3 = Gaya Hidup

Y = Intensi Pembelian

ε_1 & ε_2 = Epsilon (pengaruh variabel lain diluar model yang ditetapkan) yang menunjukkan variabel residual atau faktor yang menjelaskan dampak dari variabel tambahan yang diidentifikasi oleh teori tetapi tidak diteliti, variabel tambahan yang tidak diidentifikasi oleh teori, atau variabel tambahan yang muncul sebagai akibat dari kesalahan dalam pengukuran variabel (Kusnendi, 2005). Analisis jalur dapat ditunjukkan sebagai persamaan struktural, yaitu persamaan matematis yang mendefinisikan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang diteliti.

3.8 Uji Hipotesis Simultan

Penelitian ini ditujukan untuk memformulasikan Pengaruh Kesadaran Halal, Tingkat Harga dan Gaya Hidup terhadap Intensi Pembelian. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan di atas, formulasi tersebut dapat dibentuk ke dalam hipotesis utama penelitian ini yang menguji pengaruh simultan sebagai berikut :

“Terdapat pengaruh kesadaran halal, tingkat harga dan gaya hidup terhadap intensi pembelian”.

Pengujian secara simultan dilakukan dengan menghitung pengaruh variable F hitung, dan dengan membandingkan F tabel. Jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Rumus yang digunakan untuk mendapatkan nilai F hitung adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{SSR/k}{SSE/(n - (K + 1))}$$

Keterangan :

SSR : Sum of square regression

SSE : Sum of Square Error

N : ukuran sampel

K : Banyaknya parameter yang ditaksir

$H_0 : \rho_{YX_1X_2X_3} = 0$ Tidak terdapat pengaruh kesadaran halal, tingkat harga dan gaya hidup terhadap intensi pembelian

$H_1 : \rho_{YX_1X_2X_3} \neq 0$ Terdapat pengaruh kesadaran halal, tingkat harga dan

gaya hidup terhadap intensi pembelian

Kriteria pengujian: tolak hipotesis (H_0), jika F hitung $>$ F table (Imam Ghozali, 2018).

3.9 Uji Hipotesis Parsial

Selain pengaruh simultan, akan dilakukan pula uji pengaruh parsial sebagai berikut:

- a) “Terdapat pengaruh kesadaran halal terhadap intensi pembelian”
- b) “Terdapat pengaruh tingkat harga terhadap intensi pembelian”
- c) “Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap intensi pembelian”

Pengujian secara parsial dilakukan dengan menghitung nilai t hitung dan membandingkannya dengan nilai t tabel. Jika t hitung $>$ t tabel, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Rumus yang digunakan untuk mendapatkan nilai t hitung sebagai berikut:

$$t = \frac{\rho_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{Y(X_1X_2X_3)})C_{ii}}{(n-k-1)}}$$

Sub-sub Struktur penelitian ini dibentuk ke dalam struktur model persamaan analisis jalur sebagai berikut :

Pengujian Hipotesis Parsial 1:

- | | |
|----------------------------|---|
| $H_0 : \rho_{YX_1} = 0$ | Tidak terdapat pengaruh kesadaran halal terhadap intensi pembelian makanan Korea Selatan. |
| $H_1 : \rho_{YX_1} \neq 0$ | Terdapat pengaruh kesadaran halal terhadap intensi pembelian makanan Korea Selatan. |

Kriteria pengujian: tolak hipotesis (H_0), jika t hitung $>$ t tabel

Pengujian Hipotesis Parsial 2:

- | | |
|----------------------------|---|
| $H_0 : \rho_{YX_2} = 0$ | Tidak terdapat pengaruh tingkat harga terhadap intensi pembelian makanan Korea Selatan. |
| $H_1 : \rho_{YX_2} \neq 0$ | Terdapat pengaruh tingkat harga terhadap intensi pembelian makanan Korea Selatan. |

Kriteria pengujian: tolak hipotesis (H_0), jika t hitung $>$ t table

Pengujian Hipotesis Parsial 3 :

$H_0 : \rho_{YX_3} = 0$ Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap intensi pembelian makanan Korea Selatan.

$H_1 : \rho_{YX_3} \neq 0$ Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap intensi pembelian Makanan Korea Selatan.

Kriteria pengujian: tolak hipotesis (H_0), jika t hitung $>$ t tabel (Imam Ghozali, 2018).