

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah karakteristik yang mempunyai nilai untuk pokok persoalan dari suatu penelitian. Dalam Penelitian ini, terdapat variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Variabel laten endogen yaitu keputusan pembelian (KP), tiga variabel laten eksogen yaitu literasi halal (LH), *Online Customer Review* (OCR) dan lokasi (L). Adapun subjek penelitian ini adalah konsumen Muslim yang sudah pernah melakukan pembelian makanan di kawasan kuliner *street food* Kota Bandung. Penelitian ini berbentuk penyebaran angket atau kuesioner.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang menggunakan data dalam bentuk angka atau bilangan, yang kemudian diolah dan dianalisis menggunakan perhitungan statistik. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (Sekaran & Bougie, 2017).

3.3 Desain Penelitian

Pada penelitian ini desain yang digunakan adalah deskriptif dan kausalitas. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dibuat untuk mengumpulkan data berupa karakteristik individu dan situasi (Sekaran & Bougie, 2017). Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Literasi Halal (LH), *Online Customer Review* (OCR), Lokasi (L) dan Keputusan Pembelian (KP). Dalam penelitian ini menerapkan metode survei, dimana untuk mengambil sampel dan populasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu Literasi Halal (LH), *Online Customer Review* (OCR), Lokasi (L), dan Keputusan Pembelian (KP).

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel/Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
Keputusan pembelian (KP) adalah bagian dari perilaku konsumen dalam pembelian barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen baik secara individu maupun rumah tangga dalam hal memenuhi kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2018)	Pilihan produk (Barus & Silalahi, 2021)	Kondisi di mana konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk	Interval
	Keberagaman varian produk (Barus & Silalahi, 2021)	Kondisi di mana konsumen merasa tertarik ketika melihat banyaknya varian suatu produk	
	Kemudahan mendapatkan produk (Barus & Silalahi, 2021)	Kondisi di mana konsumen memiliki banyak cara untuk membeli produk	
	Metode pembayaran (Tjiptono, 2015)	Kondisi di mana konsumen memiliki lebih dari satu opsi metode pembayaran	
Literasi halal (LH) adalah tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal (Wicaksono & Astutik, 2020)	Kesadaran halal (Setyowati & Anwar, 2022)	Kondisi di mana konsumen memiliki kesadaran atas pentingnya kehalalan suatu produk	Interval
	Sertifikasi halal (Setyowati & Anwar, 2022)	Kondisi di mana konsumen mengetahui dan memperhatikan produk yang sudah bersertifikasi halal	
	Mengerti hukum halal (Pratama & Hartati, 2021)	Kondisi di mana konsumen memahami kewajiban untuk mengonsumsi produk halal sesuai syariat islam	
	Pengetahuan tentang produk terkait bahan-bahan (Pratama & Hartati, 2021)	Kondisi di mana konsumen memperhatikan komposisi dari produk	
<i>Online Customer Review</i> (OCR) merupakan fasilitas yang memungkinkan konsumen untuk secara bebas dan mudah menulis komentar dan opini mereka secara <i>online</i> mengenai berbagai produk ataupun pelayanan (Elwalda & Lu, 2016)	Daya tarik (<i>attractiveness</i>) (Ananda et al., 2016)	Kondisi di mana konsumen merasa tertarik membeli suatu produk karena ulasan konsumen lain	Interval
	Keahlian (<i>expertise</i>) (Ananda et al., 2016)	Kondisi di mana konsumen memiliki pengetahuan, keahlian dan pengalaman dalam mengevaluasi produk yang terdapat pada ulasan konsumen lain	
	<i>Usefulness of online review</i> (Zhao et al., 2015)	Kondisi di mana konsumen memanfaatkan ulasan konsumen lain dalam pembelian suatu produk	
	<i>Volume of online review</i> (Zhao et al., 2015)	Kondisi di mana konsumen tertarik memilih dan membeli produk karena banyaknya ulasan	

Salsabilla Sarah Puspa Yanti, 2024

ANALISIS LITERASI HALAL, ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KAWASAN KULINER STREET FOOD DI KOTA BANDUNG (Survei pada Konsumen Generasi Y dan Z di Jawa Barat)

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

Lokasi (X_3) adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang diproduksi atau dijual dengan yang tersedia untuk pasar (Kotler & Amstrong, 2018)	Akses (Tjiptono, 2015)	Kondisi di mana konsumen memiliki kemudahan keluar dan masuk menuju lokasi	Interval
	Tempat parkir (Tjiptono, 2015)	Kondisi di mana konsumen mendapatkan sarana parkir yang aman dan memadai	
	Visibilitas (Tjiptono, 2015)	Kondisi di mana konsumen mudah melihat dan mencari lokasi	

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017), populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang ingin diinvestigasi dan diteliti berdasarkan sampel statistik. Populasi dalam penelitian ialah konsumen generasi Millennial atau Y dan generasi Z yang telah membeli produk makanan di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung.

Generasi Milenial dikemukakan pertama kali oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika, William Strauss dan Neil Howe, merupakan generasi kelahiran 1981-1994 dan berusia antara 25-40 yang tumbuh dalam era digital dan keterampilan teknologi yang memiliki pemahaman lebih luas terhadap komunikasi, media dan teknologi digital yang pada akhirnya berdampak pada kebiasaan berbelanja mereka (katadata.co.id, 2022). Sedangkan generasi Z dikemukakan oleh Graeme Codrington dan Sue Grant-Marshall, Penguin, merupakan generasi kelahiran 1995-2010 yang masuk ke dalam generasi yang *up to date* terhadap isu yang tersebar di media masa atau internet. Generasi ini memiliki koneksi global dan terhubung melalui platform virtual dan mereka dikenal sebagai individu yang *open minded* (katadata.co.id, 2022).

Berdasarkan data yang dihimpun Badan Pusat Statistik (BPS), penduduk laki-laki Jawa Barat didominasi oleh generasi milenial dan gen Z. Sebanyak 30% penduduk laki-laki Jawa Barat adalah generasi milenial, atau setara dengan 7.872.600 jiwa. Gen Z menyusul tipis di posisi kedua dengan 24,6% atau sekitar 6.447.000 penduduk. Jawa Barat adalah provinsi dengan populasi yang besar dan pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat. Karena generasi Y dan Z termasuk dalam kelompok usia yang aktif secara demografis, maka bisa diasumsikan bahwa populasi mereka di Jawa Barat relatif

signifikan. Faktor-faktor seperti urbanisasi dan penetrasi teknologi mungkin juga memengaruhi ukuran populasi kedua generasi ini (goodstats, 2023).

Sampel merupakan sejumlah anggota yang dipilih berdasarkan populasi. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebagian dari jumlah konsumen yang pernah membeli makanan di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung. Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, di mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Jenis *sampling* yang khusus digunakan adalah *purpose sampling*, di mana sampel diambil secara selektif berdasarkan jenis orang tertentu yang dimiliki oleh pihak tersebut atau mereka yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017).

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan oleh penulis ialah sebagai berikut:

1. Beragama Islam;
2. Termasuk dalam Generasi Y dan Z (Kelahiran tahun 1981-2010);
3. Berdomisili di Jawa Barat;
4. Pernah membeli produk di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung (minimal 1 kali).

Sedangkan, untuk menentukan jumlah sampel yang diambil, penulis menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Hair et al., (2019) karena ukuran populasi tidak diketahui, ukuran sampel harus lebih besar dari atau sama dari:

1. 10 kali jumlah terbesar dari indikator formatif mengukur satu konstruksi, atau
2. 10 kali jumlah terbear jalur struktural yang diarahkan pada konstruksi tertentu dalam model struktural

Berdasarkan keterangan tersebut diketahui perolehan minimal sampel melihat dari jumlah indikator terbesar pada variabel yang ada dan sampel yang diambil dihitung menggunakan 10 kali dari total indikator yang ada pada setiap variabel. Indikator terbesar adalah keputusan pembelian dan

$$(V_1 + V_2 + V_3 + \dots) \times 10 = n$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

Salsabilla Sarah Puspa Yanti, 2024

ANALISIS LITERASI HALAL, ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KAWASAN KULINER STREET FOOD DI KOTA BANDUNG (Survei pada Konsumen Generasi Y dan Z di Jawa Barat)

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

V_n = Jumlah Indikator tiap Variabel

Dari metode tersebut didapatkan perolehan minimal sampel sebagai berikut:

$$(5) \times 10 = 50$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dari rumus Hair et al (2017) maka sampel minimum yang diperlukan yaitu sebanyak 50 responden, dan sampel dapat dihitung dari 10 kali dari total indikator. Pada variabel keputusan pembelian terdapat empat indikator, pada variabel literasi halal terdapat empat Indikator, pada variabel OCR terdapat empat indikator, pada variabel lokasi terdapat tiga indikator, dapat dimasukkan ke dalam formula di bawah:

$$(4+4+4+3) \times 10 = 150$$

Dari perhitungan di atas, maka jumlah sampel maksimal yang dibutuhkan adalah sebanyak 150 responden. Adapun penelitian ini penulis menggunakan jumlah keseluruhan sampel terakhir yang didapatkan yaitu sebanyak 179 responden, menurut Hair dkk (2017) semakin banyak jumlah sampel yang digunakan maka hasil penelitian akan semakin baik.

3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Bagian ini menjelaskan bagaimana teknik pengujian instrumen penelitian yang berasal dari pengumpulan data yang digunakan.

3.6.1 Teknik Analisis Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan pertanyaan dan menyebarkannya kepada responden penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Muslim yang pernah membeli produk makanan di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung. Kuesioner ini akan dibagikan menggunakan *google form* melalui *WhatsApp* (*personal chat*, *story* dan *grup*), *Twitter*, *grup Telegram* dan *Instagram* (*direct message* dan *story*). Selain itu, kuesioner ini juga disebar melalui konsumen yang sedang berkunjung di lokasi kuliner jalanan yang ada di Kota Bandung. Data responden terkumpul pada penelitian ini adalah sebanyak 179 dengan jangka waktu pengumpulan kurang lebih 1 bulan.

3.6.2 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner sebagai instrumen atau alat unruk mengumpulkan data. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti, dan responden akan menuliskan jawaban mereka, biasanya dengan pilihan alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran & Bougie, 2017).

Selanjutnya, dalam penelitian ini, digunakan skala pengukuran numerik. *Numerical scale* ini mirip dengan skala *semantic differential*, namun berbeda dalam hal angka yang disediakan pada skala lima atau tujuh poin, dengan kata sifat bipolar yang terletak di kedua ujungnya (Sekaran & Bougie, 2017).

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Setuju
Sangat Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Tinggi

Sumber: (Sekaran & Bougie, 2017)

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Data di dalam penelitian memiliki kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai saksi atau alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu data harus melalui pengujian untuk mendapatkan mutu data yang baik, akurat atau tidaknya data tergantung pada instrument pengumpulan data. Instrumen yang baik memenuhi dua syarat, yaitu validitas dan reliabilitas. Penulis melakukan analisis uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan *SmartPLS*.

3.7.1.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan dari suatu instrument. Instrument dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur variabel yang diteliti. Definisi variabel harus jelas agar penilaian validitas konstruk mudah dilakukan. Biasanya definisi tersebut diturunkan dari sebuah teori. Jika definisi telah berlandaskan teori yang tepat, dan pertanyaan item soal telah sesuai, maka instrument

dinyatakan valid. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu variabel yang diteliti.

Uji validitas digunakan untuk menguji setiap instrument penelitian agar dapat diketahui apakah instrument tersebut benar-benar tepat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sekaran & Bougie, 2017).

Teknik yang digunakan adalah teknik *corrected item total correlation*. Dalam uji validitas Teknik ini disebut juga sebagai r hitung. Kriteria pengujian validitas menurut Harjasiswi dan Yuliati (2014) ialah:

1. Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
2. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

Adapun nilai r tabel untuk tingkat signifikansi 5%, dengan jumlah responden 30 ($n=30$), dan nilai *degree of freedom* 28 ($df=n-2$, $30-2=28$) adalah $r \text{ tabel}=0,374$.

Berikut hasil uji validitas instrumen dari setiap variabel yang digunakan.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R-Tabel	Keterangan
KP1	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian karena <i>street food</i> memiliki banyak pilihan makanan dan minuman	0,437	0,374	Valid
KP2	Saya merasa puas dengan pilihan produk yang tersedia di pasar	0,740	0,374	Valid
KP3	Saya tertarik ketika terdapat beragam pilihan menu dalam suatu jenis produk	0,520	0,374	Valid
KP4	Saya merasa puas dengan keberagaman varian produk yang tersedia di pasar	0,578	0,374	Valid
KP5	Saya merasa puas dengan keberagaman varian produk yang tersedia di pasar	0,683	0,374	Valid
KP6	Saya memiliki banyak cara dalam mendapatkan produk yang saya inginkan	0,674	0,374	Valid
KP7	Opsi metode pembayaran yang disediakan penjual cukup beragam (tunai/non-tunai)	0,532	0,374	Valid
KP8	Keberagaman metode pembayaran dalam pembelian makanan di <i>street food</i> Kota Bandung	0,663	0,374	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Halal

Salsabilla Sarah Puspa Yanti, 2024
ANALISIS LITERASI HALAL, ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KAWASAN KULINER STREET FOOD DI KOTA BANDUNG (Survei pada Konsumen Generasi Y dan Z di Jawa Barat)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Indikator	Corrected Item- Total Corelation	R-Tabel	Keterangan
LH1	Saya sadar akan pentingnya kehalalan suatu produk yang saya beli	0,413	0,374	Valid
LH2	Saya selalu memperhatikan logo halal pada produk yang saya beli	0,432	0,374	Valid
LH3	Saya memperhatikan produk yang berlogo sertifikasi halal	0,605	0,374	Valid
LH4	Saya hanya membeli produk makanan dan minuman yang sudah tersertifikasi halal	0,534	0,374	Valid
LH5	Saya mengerti bahwa seorang muslim wajib mengonsumsi produk halal yang sesuai dengan syariat Islam	0,503	0,374	Valid
LH6	Saya memiliki pemahaman tentang hukum halal dan haram dalam agama Islam	0,642	0,374	Valid
LH7	Saya memperhatikan kehalalan bahan-bahan/komposisi yang ada pada makanan	0,558	0,374	Valid
LH8	Saya menanyakan bahan-bahan/komposisi produk yang halal dan haram kepada penjual	0,601	0,374	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel OCR

No	Indikator	Corrected Item-Total Corelation	R-Tabel	Keterangan
OCR1	Saya tertarik membeli produk karena ulasan (<i>review</i>) konsumen lain di media sosial (instagram, twitter, facebook, tiktok dll)	0,654	0,374	Valid
OCR2	Saya merasa ulasan (<i>review</i>) konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang saya lakukan	0,585	0,374	Valid
OCR3	Saya menggunakan ulasan (<i>review</i>) online sebagai sumber informasi produk untuk mengevaluasi produk	0,674	0,374	Valid
OCR4	Saya memiliki pengetahuan dalam mengevaluasi produk yang terdapat pada ulasan konsumen lain	0,482	0,374	Valid
OCR5	Saya merasa ulasan (<i>review</i>) konsumen lain sangat penting sebagai acuan saya dalam membeli produk	0,564	0,374	Valid
OCR6	Saya memanfaatkan ulasan (<i>review</i>) konsumen lain dalam pembelian suatu produk	0,542	0,374	Valid
OCR7	Saya membeli produk karena banyaknya ulasan (<i>review</i>) dari konsumen lain	0,468	0,374	Valid
OCR8	Saya lebih mempercayai produk yang memiliki banyak ulasan (<i>review</i>) dari konsumen lain	0,652	0,374	Valid

Salsabilla Sarah Puspa Yanti, 2024

ANALISIS LITERASI HALAL, ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KAWASAN KULINER STREET FOOD DI KOTA BANDUNG (Survei pada Konsumen Generasi Y dan Z di Jawa Barat)

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

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R-Tabel	Keterangan
L1	Saya merasa akses lokasi yang saya kunjungi dapat dijangkau dengan mudah	0,496	0,374	Valid
L2	Saya kesulitan jika aksesibilitas lokasi terdapat kendala fisik (seperti jarak, tanjakan, tangga, atau jalan yang rusak)	0,350	0,374	Valid
L3	Saya merasa area parkir yang terdapat di lokasi aman untuk menyimpan kendaraan	0,559	0,374	Valid
L4	Saya merasa fasilitas tempat parkir di lokasi sudah memadai	0,548	0,374	Valid
L5	Saya dapat menemukan lokasi dengan mudah	0,486	0,374	Valid
L6	Saya merasa lokasi tersebut dapat dilihat dari jalan raya	0,642	0,374	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh, hasil dari pengujian pada Tabel 3.3 – 3.6 diketahui bahwa pada nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada seluruh indikator dari literasi halal, OCR, lokasi dan keputusan pembelian sehingga dinyatakan valid dan lolos uji validitas.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas adalah sebuah *scale* atau instrument pengukur data agar data yang dihasilkan disebut *reliable*. Data dari instrument dapat dikatakan *reliable* apabila instrumen itu konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS melalui metode *split-half*. Landasan pada uji reliabilitas (Raharjo,2019):

1. Jika nilai koefisien *guttman split-half* $>$ r tabel, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai koefisien *guttman split-half* $<$ r tabel, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel.

Berikutnya adalah kriteria uji reliabilitas, sebuah instrumen dinyatakan reliabel dengan melihat nilainya diatas 0,7 maka dikatakan reliabel (Ghozali, 2018). Dibawah ini ialah perolehan uji reliabilitas.

Salsabilla Sarah Puspa Yanti, 2024

ANALISIS LITERASI HALAL, ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KAWASAN KULINER STREET FOOD DI KOTA BANDUNG (Survei pada Konsumen Generasi Y dan Z di Jawa Barat)

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

Tabel 3. 7
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Guttman Split-Half</i>	R Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,886	0,7	Reliabel
Literasi Halal	0,880	0,7	Reliabel
OCR	0,837	0,7	Reliabel
Lokasi	0,773	0,7	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel diatas memperlihatkan bahwasanya semua variabel X dan Y mempunyai nilai *guttman split-half* > r tabel sehingga semua variabel dikatakan reliabel. Setelah melewati kedua pengujian yakni uji validitas dan uji reliabilitas, penelitian dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu:

3.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian bagaimana gambaran literasi halal (LH), *Online Customer Review* (OCR), dan lokasi (L) terhadap keputusan pembelian makanan di kawasa kuliner street food di Kota Bandung (Y). Berikut prosedur dan tahapan yang dilakukan dalam pengelolaan data penelitian adalah sebagai berikut (Sekaran & Bougie, 2017):

1. *Editing* (pemeriksaan)

Dalam proses *editing* dilakukan dengan cara memeriksa kembali dari data yang telah diisi oleh responden, pemeriksaan yang dilakukan ini berupa memeriksa kembali dari kelengkapan dan kejelasan pengisian angket secara keseluruhan.

2. *Coding* (Proses Pemberian Identitas)

Coding adalah mengkalsifikasikan jawaban-jawaban para responden ke dalam kategori, yang biasanya diklasifikasikan dengan cara memberi tanda atau kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban.

3. *Scoring* (Proses Pemberian Angka)

Pemberian skor untuk setiap opsi dari item yang telah dipilih oleh responden untuk menjawab pertanyaan. Memberi skor menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan dalam angket menggunakan skala *semantic differential scale* dengan bobot yang disesuaikan dengan kategori dari setiap jawabanya.

4. *Tabulating*

Salsabilla Sarah Puspa Yanti, 2024

ANALISIS LITERASI HALAL, ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KAWASAN KULINER STREET FOOD DI KOTA BANDUNG (Survei pada Konsumen Generasi Y dan Z di Jawa Barat)

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

Tabulasi merupakan proses mengubah data dari instrument pengumpulan data menjadi table data, dimana data tersebut hendak ditelaah atau diuji secara sistematis.

Dalam tahap ini dilakukan analisis dengan beberapa langkah berikut:

- 1) Menentukan jumlah skor kriterium

$$\mathbf{SK = ST \times JB \times JR}$$

Keterangan:

SK = Skor Kriterium

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Bulir

JR = Jumlah Responden

- 2) Membandingkan jumlah skor dari hasil angket dengan jumlah skor kriterium. Adapun untuk mencari jumlah skor hasil angket dapat menggunakan rumus:

$$\sum X_1 = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$$

Keterangan:

X1 = Jumlah skor hasil angket variabel

X1 – Xn = Jumlah skor angket masing-masing responden

- 3) Membuat daerah kategori kontinum

Dalam penelitian ini dapat dilihat gambaran variabel yang diharapkan oleh responden secara keseluruhan dengan cara membagi daerah kategori kontinum ke dalam tiga tingkat.

Tinggi = ST × JB × JR

Sedang = SS × JB × JR

Rendah = SR × JB × JR

Keterangan:

ST = Skor Tinggi

SS = Skor Sedang

SR = Skor Rendah

JB = Jumlah Bulir

JR = Jumlah Responden

- 4) Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat dengan menggunakan rumus berikut:

$$R = \frac{\text{Skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{3}$$

- 5) Menentukan tingkatan daerah dengan kategori kontinum tinggi, sedang dan rendah, dengan cara menambahkan selisih dari mulai kontinum tinggi sampai rendah.

3.7.3 Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

Analisis data merupakan langkah selanjutnya setelah penulis menerima data. Pada tahap ini penulis mendapatkan kebenaran dari data-data yang ada sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan yang membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan. Setelah tanggapan kuesioner diterima dari responden, Langkah selanjutnya adalah mengolah bahan penelitian. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Partial Leas Square* (PLS) (Ghozali & Latan, 2015).

PLS merupakan analisis persamaan struktural yang berbasis pada varian, secara simultan analisis ini dapat melakukan pengujian model, pengukuran sekaligus juga pengujian model struktural. Dalam PLS-SEM model pengukuran digunakan sebagai pengujian dari validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan sebagai pengujian kausalitas (Ghozali, 2014). PLS bertujuan untuk dapat memprediksi sebuah pengaruh dari variabel X terhadap Y dan menjelaskan bagaimana hubungan di antara kedua variabel tersebut (Abdillah & Hartono, 2015).

Penulis menggunakan PLS-SEM untuk mengetahui pengaruh indikator terhadap suatu variabel, karena alat analisis atau metode data lain tidak dapat mengukur indikator variabel secara terpisah. Selain itu juga, memiliki kemampuan untuk menguji hubungan antar variabel laten, yang mampu menghasilkan estimasi meskipun ukuran sampelnya kecil.

Pengujian model struktural PLS ini dilakukan dengan bantuan software *SmartPLS 4.0 for windows*. Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan dalam menganalisis data menggunakan metode PLS sebagai berikut:

Salsabilla Sarah Puspa Yanti, 2024

ANALISIS LITERASI HALAL, ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KAWASAN KULINER STREET FOOD DI KOTA BANDUNG (Survei pada Konsumen Generasi Y dan Z di Jawa Barat)

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

1. Merancang model struktural (*Inner Model*) dan pengukuran (*outer model*)

Inner model dikenal juga sebagai *structural model*, *inner reaction* dan *substantive theory* yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory*. Persamaan model dari *inner model* adalah sebagai berikut:

$$D = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

D menggambarkan vektor variabel laten endogen (dependen), ξ adalah vektor variabel laten eksogen, ζ adalah vektor variabel residual (*unexplained variance*). Pada dasarnya PLS membangun *model recursive*, maka hubungannya antar variabel laten, setiap variabel laten dependen D , atau sering disebut dengan *causal chain system* dari variabel laten dapat didefinisikan sebagai berikut:

$$D_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

β_{ji} dan γ_{jb} merupakan koefisien jalur yang menghubungkan *predictor* endogen dan laten eksogen ξ dan D sepanjang range I dan b , dan ζ_j adalah *inner residual* variabel. Adapun variabel laten dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian, sedangkan untuk variabel laten eksogennya adalah literasi halal, OCR dan lokasi.

Langkah selanjutnya adalah mendefinisikan variabel laten sebagai variabel yang membangun *inner model* yaitu merancang *outer model*. *Outer relation* atau *measurement model* adalah model yang menunjukkan bagaimana setiap blok indikator terkait dengan variabel latennya. Blok indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah blok indikator refleksif dengan persamaan sebagai berikut:

$$X = \Lambda_x \xi + \epsilon_x$$

$$Y = \Lambda_y \eta + \epsilon_y$$

X dan Y dalam model tersebut adalah indikator atau manifes variabel untuk variabel laten eksogen dan endogen, ξ dan η , sedangkan matriks *loading* adalah Λ_x dan Λ_y yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya. Pada saat yang sama, ϵ_x dan ϵ_y menggambarkan simbol kesalahan pengukuran atau symbol *noise*.

2. Evaluasi Model Pengukuran Refleksif

PLS tidak mengasumsikan distribusi tertentu untuk estimasi parameter, sehingga teknik parametrik untuk pengujian signifikansi parameter tidak diperlukan. Model

Salsabilla Sarah Puspa Yanti, 2024

ANALISIS LITERASI HALAL, ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KAWASAN KULINER STREET FOOD DI KOTA BANDUNG (Survei pada Konsumen Generasi Y dan Z di Jawa Barat)

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

pengukuran yang dilengkapi dengan indikator refleksif dievaluasi dengan menggunakan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikator dan *composite reliability* untuk blok indikator. Hal ini menjamin bahwa alat ukur yang digunakan dapat dijadikan alat ukur yang jelas (*valid* dan *reliable*). Agar evaluasi dapat menganalisis validitas, reliabilitas, dan prediktabilitas dari masing-masing indikator variabel laten, maka dapat dilakukan analisis sebagai berikut:

a. *Convergent Validity*

Suatu model ukur dengan refleksif indikator yang dinilai dari korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksi individual ini dikatakan tinggi apabila nilainya lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun menurut Chin dikutip dalam Ghazali (2014) mengungkapkan bahwa untuk penelitian tahap awal nilai *loading* 0,5-0,6 dianggap cukup baik. *Convergent validity* adalah alat yang digunakan untuk mengukur validitas reflektif sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat melalui nilai *outer loadings* dari masing-masing indikator variabel (Juliana, 2017).

b. *Discriminant Validity*

Berlawanan dengan konvergent validity, *discriminant validity* berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak memiliki korelasi yang tinggi (HM, 2011). Pengujian *discriminant validity* dievaluasi menggunakan *cross loading*, *Fornell-Larcker Criterion*, dan *Heterotrait-monotrait ratio*. *Cross loading* merupakan evaluasi model pengukuran pada tingkat pernyataan item. Akar dari *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk menentukan apakah prediksi variabel untuk blok indikator itu baik atau tidak. Prediksi dianggap baik jika nilai akar AVE setiap variabel lebih besar dari korelasi antar variabel (Fornell & Larcker, 1981).

Menurut Hair, et al., (2019), *Heterotrait-monotrait Ratio* lebih disukai daripada *Fornell-Larcker Criterion* dan *Cross Loadings* karena memiliki tingkat sensitivitas dan akurasi yang lebih baik dalam mengukur *discriminant validity*. *Heterotrait-monotrait Ratio* membandingkan korelasi antara konstruk yang berbeda dengan korelasi internal masing-masing konstruk untuk memeriksa

seberapa jauh konstruk dapat dibedakan satu sama lain (Hair, et al., 2021). Nilai HTMT Ratio harus kurang dari 0.90 untuk memastikan validitas antara dua konstruk reflektif (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2015).

c. *Average Variance Extracted (AVE)*

Pengujian untuk menilai rata-rata communalities pada setiap variabel laten dalam model reflektif. Nilai AVE harus di atas 0.50, yang mana nilai tersebut mengungkapkan bahwa setidaknya faktor laten mampu menjelaskan setiap indikator sebesar setengah dari variance (Bagozzi & Yi, 1988).

d. *Composite Reliability*

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur internal konsistensi atau mengukur reliabilitas model pengukuran dan nilainya harus di atas 0.70. *Composite reliability* merupakan uji alternatif lain dari *cronbach's alpha*, jika dibandingkan hasil pengujian antara *composite reliability* dan *cronbach's alpha* maka, lebih akurat daripada *cronbach's alpha* (Bagozzi & Yi, 1988; Ghazali & Latan, 2015).

3. Evaluasi Model Structural

Model struktural atau *inner model* dilakukan untuk memastikan model yang dibangun *robust* (kuat) dan akurat. Model ini dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter. Penjelasan adalah sebagai berikut:

- a. Analisis *R-Square* (R^2) untuk variabel laten endogen yaitu hasil *R-square* sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat”, dan “lemah” (Ghozali & Latan, 2015). Tujuan dari uji ini ialah untuk menjelaskan besarnya proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Interpretasinya yaitu perubahan nilai *R-Square* digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif.
- b. Analisis *Multicollinearity* yaitu pengujian ada tidaknya multikolinearitas dalam model PLS-SEM yang dapat dilihat dari nilai tolerance atau nilai *Variance*

Salsabilla Sarah Puspa Yanti, 2024

ANALISIS LITERASI HALAL, ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KAWASAN KULINER STREET FOOD DI KOTA BANDUNG (Survei pada Konsumen Generasi Y dan Z di Jawa Barat)

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

Inflation Factor (VIF). Apabila nilai tolerance < 0.20 atau nilai VIF > 5 maka diduga terdapat multikolinearitas (Garson, 2016).

- c. Analisis F2 untuk *effect size* yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten. Nilai F2 sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 mengindikasikan prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat struktural (Cohen, 1988).
- d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance* yaitu analisis untuk mengukur seberapa baiknya nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Jika nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Rumus untuk mencari nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2)(1 - R^2)$$

- e. Analisis *Goodness of Fit* (GoF), berbeda dengan SEM berbasis kovaian, dalam SEM-PLS pengujian GoF dilakukan secara manual karena tidak termasuk dalam output SmartPLS. Menurut Tenenhaus dalam (Hussein, 2015) kategori nilai GoF yaitu 0.1, 0.25 dan 0.38 yang dikategorikan kecil, medium dan besar.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE} \times \sqrt{R^2}$$

4. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootsrapping*)

Tahap selanjutnya pada pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik atau uji t dengan menganalisis pada hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), maka hipotesis diterima. Selain itu, untuk melihat uji hipotesis dalam PLS-SEM dapat dilihat dari nilai *p-value*, apabila nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dan begitu pun sebaliknya. Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

a. Hipotesis Pertama

H_0 : $\beta = 0$, artinya literasi halal tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung.

H_a : $\beta > 0$, artinya literasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung.

b. Hipotesis Kedua

H_0 : $\beta = 0$, artinya OCR tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung.

H_a : $\beta > 0$, artinya OCR berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung.

c. Hipotesis Ketiga

H_0 : $\beta = 0$, artinya lokasi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung.

H_a : $\beta > 0$, artinya lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung.

Dengan Kriteria uji sebagai berikut:

1. Jika $P\text{-value} \leq 0,005$, maka berpengaruh signifikan
2. Jika $P\text{-value} \geq 0,005$, maka tidak berpengaruh signifikan