

## **BAB III**

### **OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Ada tiga jenis variabel yang akan diamati pada penelitian ini, yaitu variabel laten eksogen, variabel laten endogen, dan variabel moderator. Dalam penelitian ini, variabel laten endogen yang digunakan, yaitu keputusan pembelian (Y), untuk variabel laten eksogen, yaitu *electronic word of mouth* (e-WOM) ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ). Untuk variabel moderator, yaitu pengetahuan produk halal (Z). Penelitian ini akan dilaksanakan dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan Google Form yang disebarakan melalui platform media sosial. Kuesioner ini akan disebarakan kepada generasi z muslim yang sudah membeli produk latiao dan bertempat di Jawa Barat.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah pendekatan ilmiah yang digunakan untuk menyelidiki dan menyelesaikan masalah dengan sistematis dan terorganisir (Ferdinand, 2014, hlm. 1). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah suatu pendekatan ilmiah yang memakai perhitungan statistik dan matematis untuk menganalisis dan menginterpretasikan data yang diungkapkan dalam bentuk angka atau bilangan (Sekarang & Bougie, 2016, hlm. 271). Menurut Sujarweni (2014, hlm. 39), Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan yang dapat dicapai melalui penggunaan metode statistik atau teknik pengukuran lainnya.

#### **3.3 Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan strategi untuk mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis data yang dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 396). Pada penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian deskriptif dan kausalitas. Penelitian deskriptif adalah analisis penelitian yang bertujuan member ikan gambaran atau penjelasan serta deskripsi terhadap data

yang telah dikumpulkan dalam penelitian (Ferdinand, 2014, hlm. 229). Dalam penelitian ini, penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai variabel yang digunakan. Variabel yang digunakan diantaranya tingkat *electronic word of mouth* (e-WOM) ( $X_1$ ) dan tingkat harga ( $X_2$ ). Untuk variabel moderator, yaitu tingkat pengetahuan produk halal ( $Z$ ) dan keputusan pembelian makanan impor Tiongkok latiao.

Augusty Ferdinand (2014, hlm. 7), menyatakan penelitian kausalitas merupakan penelitian yang bertujuan untuk mencari penjelasan mengenai hubungan sebab akibat (*cause-effect*) antar beberapa variabel yang dikembangkan. Variabel yang digunakan diantaranya tingkat *electronic word of mouth* (e-WOM) ( $X_1$ ) dan tingkat harga ( $X_2$ ). Untuk variabel moderator, yaitu tingkat pengetahuan produk halal ( $Z$ ) dan keputusan pembelian makanan impor Tiongkok latiao ( $Y$ ).

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional menyajikan informasi yang diperlukan untuk melakukan pengukuran terhadap variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2015, hlm. 38). Pada bagian ini akan memaparkan definisi operasional setiap variabel yang akan digunakan. Variabel yang digunakan diantaranya *electronic word of mouth* (e-WOM) ( $X_1$ ) dan tingkat harga ( $X_2$ ). Tingkat pengetahuan produk halal ( $Z$ ) dan keputusan pembelian ( $Y$ ).

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

Variabel/Dimensi	Indikat or	Ukuran	Skala
<i>Electronic Word of Mouth</i> ( $X_1$ ) merupakan komunikasi di antara konsumen tentang produk, layanan, atau perusahaan, baik evaluasi baik atau buruk dari calon konsumen, konsumen tetap, mantan konsumen, di mana sumber dianggap tidak terikat dengan pengaruh komersial, yang tersebar melalui internet	<i>e-WOM Credibility</i> (Bataineh, 2015)	Seberapa jauh konsumen memandang ulasan dan komentar tentang produk sebagai sumber yang kredibel	Interval

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

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

(Hennig-Thurau et al., 2004) (Litvin et al., 2008)	<i>e-WOM Quality</i> (Bataineh, 2015)	Seberapa bermanfaat, jelas, dan mudah dipahami informasi yang disampaikan	
	<i>e-WOM Quantity</i> (Bataineh, 2015)	Seberapa banyak informasi yang tersebar secara online.	
Harga ( $X_2$ ), merupakan nilai uang yang diberikan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan atau sebagai pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa.	Keterjangkauan harga (Kotler & Armstrong, 2018)	Tingkat konsumen dapat menjangkau harga yang sudah ditetapkan	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk (Kotler & Armstrong, 2018)	Tingkat kesesuaiannya harga dengan kualitas produk	
	Daya saing harga (Kotler & Armstrong, 2018)	Tingkat daya saing harga produk yang dibeli dengan produk lain	
	Persepsi harga (Manik & Cornelia, 2017)	Tingkat persepsi konsumen terhadap harga yang diterima, apakah harga tersebut tinggi, rendah, adil	
	Pengetahuan produk halal ( $Z$ ) sekumpulan informasi mengenai produk halal, yang meliputi kategori produk, merek, fitur produk, harga produk, cara penggunaan, dan kepercayaan terhadap produk halal (Nurhayati & Hendar, 2020)	Memahami hukum Islam mengenai produk halal dan haram (Nurhayati & Hendar, 2020)	Sejauh mana konsumen mengerti mengenai hukum islam tentang produk halal dan haram
Mengenal Karakteristiki produk halal (Nasution et al., 2019)		Sejauh mana konsumen mengenali karakteristik produk halal	

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

---

Mengetahui bahan yang dilarang oleh Islam (Nurhayati & Hendar, 2020)	Sejauh mana konsumen mengetahui bahan yang dilarang oleh Islam
--	--

---



---

Mengetahui proses produk halal (Nasution et al., 2019)	Sejauh mana konsumen mengetahui proses produk halal
--	---

---



---

Keputusan pembelian (Y) menurut Schiffman dan Kanuk (2015) merupakan proses memilih di antara dua alternatif atau lebih, yang menunjukkan bahwa untuk membuat keputusan, seseorang membutuhkan beberapa alternatif pilihan yang tersedia	Pemilihan produk (Kotler & Amstrong, 2018)	Kondisi konsumen memilih untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk keperluan.	Interval
	Pilihan merek (Kotler & Amstrong, 2018)	Kondisi konsumen memutuskan merek yang akan dibeli	
	Pilihan penyalur (Kotler & Amstrong, 2018)	Kondisi konsumen memilih penyalur untuk membeli produk	

---

Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk (Martini, 2015)	Kondisi konsumen membeli produk berdasarkan kebutuhan atau keinginannya
---	---

---

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

### 3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan seluruh jumlah dari setiap elemen yang ingin diteliti yang memiliki karakteristik yang sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa atau sesuatu yang akan diteliti (Handayani, 2020, hlm. 58). Kriteria populasi untuk penelitian ini, yaitu Gen Z Muslim Jawa Barat dan pernah membeli latiao dengan jumlah yang tidak diketahui. Pada penelitian ini, Jawa Barat dibagi menjadi 4 (empat) wilayah, yaitu:

1. Wilayah I: Kab. Bogor, Kota Bogor, Kota Depok, Kab. Sukabumi, Kota Sukabumi, dan Kab. Cianjur
2. Wilayah II: Kab. Purwakarta, Kab. Subang, Kab. Karawang, Kab. Bekasi, dan Kota Bekasi
3. Wilayah III: Kab. Cirebon, Kota Cirebon, Kab. Indramayu, Kab. Majalengka, dan Kab. Kuningan
4. Wilayah IV: Kab. Bandung, Kota Bandung, Kota Cimahi, Kab. Bandung Barat, Kab. Sumedang, Kab. Garut, Kab. Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kab. Ciamis, Kota Banjar, Kab. Pangandaran

Menurut Ferdinand (2014, hlm. 171), sampel merupakan sub dari populasi, yang terdiri dari anggota populasi. Pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* untuk pengambilan sampel, yang berarti tidak setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama agar dipilih menjadi anggota sampel. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana subjek dipilih dengan sengaja oleh peneliti berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Ferdinand, 2014, hlm. 179).

Penulis merujuk pada Hair et al., (2022, hlm. 25) untuk rumus menentukan sampel yang populasinya belum diketahui, yaitu menggunakan *power tables* oleh Cohen (1992). Menurut Hair et al., (2022, hlm. 25), peneliti dapat mempertimbangkan *power tables* untuk menentukan sampel. Untuk menentukan sampel berdasarkan *power tables*, diidentifikasi dari jumlah panah menuju konstruk

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

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

atau jumlah variabel independen. Lalu, melihat dari nilai signifikansi dan *R-square* yang diinginkan. Berikut *power tables* yang dikemukakan oleh Cohen (1992).

Maximum Number of Arrows Pointing at a Construct (Number of Independent Variables)	Significance Level											
	10%				5%				1%			
	Minimum R <sup>2</sup>				Minimum R <sup>2</sup>				Minimum R <sup>2</sup>			
	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75
2	72	26	11	7	90	33	14	8	130	47	19	10
3	83	30	13	8	103	37	16	9	145	53	22	12
4	92	34	15	9	113	41	18	11	158	58	24	14
5	99	37	17	10	122	45	20	12	169	62	26	15
6	106	40	18	12	130	48	21	13	179	66	28	16
7	112	42	20	13	137	51	23	14	188	69	30	18
8	118	45	21	14	144	54	24	15	196	73	32	19
9	124	47	22	15	150	56	26	16	204	76	34	20
10	129	49	24	16	156	59	27	18	212	79	35	21

**Gambar 3.1 Power Tables**

Sumber: Hair et al., (2017, hlm. 26)

*square*

Dengan menggunakan sampel dengan jumlah 205, maka minimum sampel yang diperlukan ini adalah 33. Meski begitu, menurut Hair et al., (2019, hlm. 20), peningkatan ukuran sampel selalu menghasilkan kekuatan yang lebih besar. Maka dari itu, penulis menggunakan sampel dengan jumlah 205.

### 3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Akan dijelaskan instrumen dan teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian pada bagian ini:

#### 3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang dapat dipakai untuk informasi penelitian atau mengumpulkan data (Sanjaya, 2011, hlm. 84). Dalam penelitian ini menggunakan instrumen pengumpulan data dengan cara menggunakan angket atau kuesioner. Dalam penelitian ini, digunakan *numerical scale*. Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 214), *numerical scale* merupakan penyempurnaan dari *semantic scale*, karena *semantic scale* sebenarnya adalah skala ordinal, tetapi sering digunakan sebagai skala interval. Menurut Ferdinand (2014, hlm. 206) Penyempurnaan ini diharapkan dapat menghasilkan respons dengan data yang terukur dalam skala interval.

Rizky Nurillah Putri, 2024

Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat

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

**Tabel 3. 2**  
**Skala Pengukuran**

Sangat rendah	1	2	3	4	5	6	7	Sangat tinggi
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

*Sumber: (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 214)*

### 3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan dikumpulkan adalah data primer, langsung diperoleh dari peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner, yaitu menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden penelitian dari generasi Z muslim yang pernah membeli produk makanan impor Tiongkok di provinsi Jawa Barat. Jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini minimal 33 responden. Kuesioner ini akan disebarluaskan melalui media sosial X pada komunitas, seperti Foodfess, Collegemenfess, Tanyarliffess. Media sosial TikTok, pada unggahan video terkait latiao.

### 3.7 Uji Instrumen Penelitian

Dilakukan uji validitas dan realibilitas terhadap instrumen yang digunakan pada penelitian ini. Untuk mendapatkan data yang dapat berfungsi sebagai saksi dan alat pembuktian hipotesis. Penulis menggunakan *Statistical Product and Service Solution (SPSS) V. 26* untuk uji validitas dan reliabilitas.

#### 3.7.1 Uji Validitas

Untuk menentukan validitas masing-masing butir pertanyaan dalam kuesioner, Dalam proses uji validitas, nilai "*Corrected Item-Total Correlation*" (r hitung) digunakan sebagai dasar perhitungan Azwar (dalam Purwanto, 2018, hlm. 90). Berikut adalah kriteria yang digunakan dalam proses uji validitas berdasarkan nilai r hitung:

1. Jika nilai r hitung  $>$  r tabel maka butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung  $<$  r tabel maka butir pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid.

Adapun nilai r tabel untuk  $\alpha = 0,05$ ,  $n = 36$ ,  $df = n - 2 = 36 - 2 = 34$ , adalah 0,329. Hasil data uji validitas dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

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

**Tabel 3. 3**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel e-WOM**

No	Corrected Item- Total Correlation	R Tabel	Keterangan
E-WOM1	0,818	0,329	Valid
E-WOM2	0,752	0,329	Valid
E-WOM3	0,852	0,329	Valid

*Sumber: Output pengolahan SPSS (Lampiran 5)*

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen dari variabel e-WOM pada tabel 3.3. dapat diketahui bahwa nilai r hitung > r tabel di seluruh pernyataan. Indikator dengan kategori tertinggi terdapat pada item E-WOM3 mengenai popularitas latiao.

**Tabel 3. 4**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Harga**

No	Corrected Item- Total Correlation	R Tabel	Keterangan
HRG1	0,638	0,329	Valid
HRG2	0,761	0,329	Valid
HRG3	0,857	0,329	Valid
HRG4	0,719	0,329	Valid
HRG5	0,769	0,329	Valid
HRG6	0,694	0,329	Valid
HRG7	0,837	0,329	Valid

<sup>F</sup> *Sumber: Output pengolahan SPSS (Lampiran 5)* dilihat pada tabel 3.4 m tertinggi pada item HRG3 mengenai sesuainya harga dengan kualitas latiao.

**Tabel 3. 5**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Pengetahuan produk halal**

No	Corrected Item- Total Correlation	R Tabel	Keterangan
HPK1	0,854	0,329	Valid
HPK2	0,814	0,329	Valid
HPK3	0,726	0,329	Valid
HPK4	0,880	0,329	Valid
HPK5	0,841	0,329	Valid
HPK6	0,861	0,329	Valid
HPK7	0,866	0,329	Valid

*Sumber: Output pengolahan SPSS (Lampiran 5)*

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen variabel pengetahuan produk halal pada tabel 3.5, dapat dilihat semua nilai r hitung melenoh nilai r tabel pada semua pernyataan. Item kategori tertinggi pada item nomor HPK4 mengenai tingkat pengetahuan karbon aktif.

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

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

**Tabel 3. 6**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian**

No	Corrected Item- Total Correlation	R Tabel	Keterangan
KP1	0,767	0,329	Valid
KP2	0,873	0,329	Valid
KP3	0,638	0,329	Valid
KP4	0,792	0,329	Valid
KP5	0,711	0,329	Valid
KP6	0,736	0,329	Valid
KP7	0,918	0,329	Valid
KP8	0,909	0,329	Valid

*Sumber: Output pengolahan SPSS (Lampiran 5)*

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen keputusan pembelian, dapat dilihat pada tabel 3.6 semua pernyataan memiliki nilai r hitung yang melebihi r tabel pada semua pernyataan. Kategori item tertinggi pada KP7 mengenai tertarik membeli latiao karena popularitas yang tinggi.

### 2.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas variabel penelitian menggunakan metode *cornbach's Alpha* pada perangkat lunak Statistical Product and Service Solution V.26 (SPSS). Adapun kriteria dasar untuk mengambil keputusan dalam uji realibilitas dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 maka instrument dapat dinyatakan reliabel (Ghozali, 2014, hlm. 66). Hasil pengujian reliabilitas tertera pada tabel 3.7

**Tabel 3. 7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha		Keterangan
Electronic Word of Mouth	0,733	0,7	Reliabel
Harga	0,872	0,7	Reliabel
Pengetahuan produk halal	0,928	0,7	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,916	0,7	Reliabel

*Sumber: Output pengolahan SPSS (Lampiran 5)*

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menyajikan gambaran atau deskripsi berdasarkan data empiris yang terkumpul dalam penelitian (Ferdinand, 2014, hlm. 229). Analisis deskriptif dipakai supaya menjawab pertanyaan penelitian mengenai tingkat pengaruh *electronic word of mouth*, harga, pengetahuan produk halal terhadap keputusan pembelian. Prosedur untuk mengelola data sebagai berikut (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 273):

##### 1. *Editing*

Proses verifikasi kembali terhadap informasi yang telah diisi oleh responden dilakukan dengan mengevaluasi secara menyeluruh kejelasan dan kelengkapan pengisian.

##### 2. *Coding*

Menyusun klasifikasi data melalui proses *coding* (pengkodean). *Coding* merupakan langkah dalam mengelompokkan respon dari sampel ke dalam berbagai kategori.

##### 3. *Scoring*

Proses ini dalam bentuk pemberian poin untuk setiap opsi setiap pilihan yang telah dipilih oleh responden. Penilaian poin setiap soal didasarkan pada skala *numerical scale*.

##### 4. *Tabulating*

Tahapan yang mana data yang didapatkan dari instrumen pengumpulan data di tempatkan dalam format tabel data. Selanjutnya data yang telah ditabulasikan diverifikasi menggunakan alat pengolah data.

Dalam mengkategorikan variabel sebelum data dianalisis untuk menjawab setiap rumusan hipotesis. Variabel dibagi menjadi tiga kategori, yaitu rendah, sedang, tinggi. Pengategorian variabel sebelum dianalisis menggunakan rumus berikut (Siregar, 2013, hlm. 79):

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

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

- 1) Menentukan jumlah Skor Kriterion (SK)

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK = Skor Kriterion

ST = Skor Tertinggi / Nilai Tertinggi

JB = Jumlah Bulir / Jumlah Pertanyaan

JR = Jumlah Responden

- 2) Membandingkan jumlah skor hasil angket dengan jumlah skor kriterion, dapat menggunakan rumus:

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

Keterangan:

$X_1$  = Jumlah skor hasil angket variabel X

$X_1 - X_n$  = Jumlah skor angket masing-masing responden

- 3) Membuat daerah kategori kontinum

- a. Menentukan skor kontinum tertinggi dan terendah

Skor tertinggi:  $K = ST \times JB \times JR$

Skor terendah:  $K = SR \times JB \times JR$

- b. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus:

$$R = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{3}$$

Untuk variabel moderator:

$$R = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{2}$$

- 4) Menentukan tingkatan daerah, seperti kontinum rendah, sedang, tinggi dengan cara menambahkan selisih (R) mulai dari kontinum rendah sampai tinggi.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan, pengkategorian variabel dapat digambarkan seperti berikut

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

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

**Tabel 3. 8**  
**Pengkategorisasian Variabel**

<b>Rentang Skala</b>	<b>Kategori</b>
$\text{Skor min} \leq x \leq \text{Skor min} + R$	Rendah
$(\text{Skor min} + R) + 1 \leq x \leq (\text{Skor max} - R) - 1$	Sedang
$\text{Skor max} - R \leq x \leq \text{Skor max}$	Tinggi

**Tabel 3. 9**  
**Pengkategorisasian Variabel Moderator**

<b>Rentang Skala</b>	<b>Kategori</b>
$\text{Skor min} \leq x \leq \text{Skor min} + R$	Rendah
$(\text{Skor max} - R) + 1 \leq x \leq \text{Skor max}$	Tinggi

Penjelasan mengenai kategori tinggi, sedang, dan rendah dari setiap variabel dapat dilihat pada tabel-tabel berikut. Kategori tinggi, sedang, dan rendah untuk variabel tingkat kualitas layanan juga dijelaskan dalam tabel 3.

**Tabel 3. 10**  
**Makna Kategori Variabel Tingkat *Electronic Word of Mouth***

<b>Kategori</b>	<b>Makna</b>
Tinggi	Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel <i>electronic word of mouth</i> untuk makanan impor Tiongkok, latiao, adalah responden yang merasa bahwa informasi dan ulasan mengenai latiao yang mereka dapatkan melalui media elektronik sangat mempengaruhi keputusan mereka. Responden tersebut seringkali melihat ulasan yang memuji kualitas rasa, keunikan produk, dan keaslian latiao di berbagai platform online. Selain itu, responden merasa bahwa rekomendasi dari orang lain melalui media sosial dan situs ulasan sangat terpercaya dan bermanfaat dalam memutuskan untuk membeli dan mencoba latiao.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel <i>electronic word of mouth</i> untuk makanan impor Tiongkok, latiao, adalah responden yang merasa bahwa informasi dan ulasan mengenai latiao yang mereka dapatkan melalui media elektronik cukup mempengaruhi keputusan mereka. Responden tersebut terkadang melihat ulasan yang memuji kualitas rasa, keunikan produk, dan keaslian latiao di berbagai platform online. Selain itu, responden merasa bahwa rekomendasi dari orang lain melalui media sosial dan situs ulasan cukup terpercaya dan bermanfaat dalam memutuskan untuk membeli dan mencoba latiao.
Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel <i>electronic word of mouth</i> untuk makanan impor Tiongkok, latiao, adalah responden yang merasa bahwa informasi dan ulasan mengenai latiao yang mereka dapatkan melalui media elektronik kurang mempengaruhi keputusan mereka. Responden tersebut jarang melihat ulasan yang memuji kualitas rasa, keunikan produk, dan keaslian latiao di berbagai platform online. Selain

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

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

---

itu, responden merasa bahwa rekomendasi dari orang lain melalui media sosial dan situs ulasan kurang terpercaya dan bermanfaat dalam memutuskan untuk membeli dan mencoba latiao.

---

Berikutnya, penjelasan makna responden dengan kategori tinggi, sedang, dan rendah pada variabel tingkat harga dapat dijelaskan pada tabel 3.9

**Tabel 3. 11**  
**Makna Kategori Variabel Tingkat Harga**

<b>Kategori</b>	<b>Makna</b>
Tinggi	Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel harga, adalah responden yang merasa bahwa harga latiao sangat sesuai dengan kualitas dan nilai yang diberikan. Mereka menilai bahwa latiao menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan makanan impor lainnya, dan mereka merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang sebanding dengan uang yang mereka keluarkan. Selain itu, responden merasa bahwa harga latiao wajar dan terjangkau, sehingga mendorong mereka untuk membeli.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel harga, adalah responden yang merasa bahwa harga latiao cukup sesuai dengan kualitas dan nilai yang diberikan. Mereka menilai bahwa latiao lumayan menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan makanan impor lainnya, dan mereka merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang cukup sebanding dengan uang yang mereka keluarkan. Selain itu, responden merasa bahwa harga latiao cukup terjangkau, sehingga cukup mendorong mereka untuk membeli.
Rendah	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel harga, adalah responden yang merasa bahwa harga latiao kurang sesuai dengan kualitas dan nilai yang diberikan. Mereka menilai bahwa latiao kurang menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan makanan impor lainnya, dan mereka merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang kurang sebanding dengan uang yang mereka keluarkan. Selain itu, responden merasa bahwa harga latiao kurang terjangkau, sehingga kurang mendorong mereka untuk membeli.

Berikutnya, penjelasan makna responden dengan kategori tinggi dan rendah variabel pengetahuan produk halal dapat dijelaskan pada tabel 3.10.

**Tabel 3. 12**  
**Makna Kategori Variabel Pengetahuan produk halal**

<b>Kategori</b>	<b>Makna</b>
Tinggi	Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel pengetahuan produk halal adalah responden yang sangat memahami aspek-aspek halal dari produk tersebut. Mereka mengetahui bahwa latiao diproduksi sesuai dengan standar halal yang ketat, mulai dari bahan baku hingga proses produksinya. Selain itu, mereka aktif mencari informasi tentang kehalalan latiao melalui berbagai sumber dan merasa bahwa informasi tersebut jelas dan terpercaya.

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

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

Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel pengetahuan produk halal adalah responden yang kurang memahami aspek-aspek halal dari produk tersebut. Mereka kurang mengetahui bahwa latiao diproduksi sesuai dengan standar halal yang ketat, mulai dari bahan baku hingga proses produksinya. Selain itu, mereka kurang mencari informasi tentang kehalalan latiao melalui berbagai sumber dan merasa bahwa informasi tersebut jelas dan terpercaya.
--------	---

Berikutnya, penjelasan makna responden dengan kategori tinggi, sedang, dan rendah pada variabel tingkat harga dapat dijelaskan pada tabel 3.11.

**Tabel 3. 13**  
**Makna Kategori Variabel Keputusan Pembelian**

Kategori	Makna
Tinggi	Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel keputusan pembelian adalah responden yang matang dalam memutuskan untuk membeli latiao setelah mempertimbangkan berbagai faktor. Mereka merasa bahwa kualitas, rasa, dan reputasi latiao sangat baik, dan ulasan yang mereka baca atau dengar melalui media sosial dan rekomendasi teman juga sangat mendukung keputusan mereka. Selain itu, harga yang dianggap wajar dan pengetahuan tentang kehalalan produk turut memperkuat keyakinan mereka untuk membeli.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel keputusan pembelian adalah responden yang cukup matang dalam memutuskan untuk membeli latiao setelah mempertimbangkan berbagai faktor. Mereka merasa bahwa kualitas, rasa, dan reputasi latiao cukup baik, dan ulasan yang mereka baca atau dengar melalui media sosial dan rekomendasi teman juga cukup mendukung keputusan mereka. Selain itu, harga yang dianggap wajar dan pengetahuan tentang kehalalan produk cukup memperkuat keyakinan mereka untuk membeli.
Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel keputusan pembelian adalah responden yang kurangmatang dalam memutuskan untuk membeli latiao setelah mempertimbangkan berbagai faktor. Mereka merasa bahwa kualitas, rasa, dan reputasi latiao kurang baik, dan ulasan yang mereka baca atau dengar melalui media sosial dan rekomendasi teman juga kurang mendukung keputusan mereka. Selain itu, harga yang dianggap wajar dan pengetahuan tentang kehalalan produk kurang memperkuat keyakinan mereka untuk membeli.

### 3.8.2 Analisis *Partial Least Square – Structural Equation Model* (PLS-SEM)

*Partial Least Square* (PLS) adalah metode yang dipopulerkan oleh Herman Wold, pendekatan PLS merupakan metode yang *distribution free* yang mana tidak mengasumsikan data berdistribusi tertentu, dapat berupa nominal, interval, rasio,

Rizky Nurillah Putri, 2024

Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

ketegori, dan ordinal (Ghozali, 2014, hlm. 30). Penggunaan PLS-SEM pada penelitian ini, karena PLS-SEM mampu menguji model penelitian yang kompleks dengan banyak konstruk dan indikator secara simultan, bahkan dengan sampel yang relatif kecil, sehingga dapat mengatasi masalah multikolinearitas. PLS-SEM juga tidak sangat bergantung pada asumsi normalitas dan linearitas data, sehingga dapat diterapkan pada data yang tidak memiliki distribusi normal dan menghasilkan estimasi parameter yang lebih tepat.

Model structural PLS ini dapat diuji dengan menggunakan bantuan *tools software SmartPLS 4 for Windows*. Menurut Ghozali (2014, hlm. 39-44), langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menganalisis data menggunakan metode PLS:

### 3.8.2.1 Merancang model struktural (*inner model*) dan pengukuran (*outer model*)

Bentuk umum persamaan model structural SEM-PLS sebagai berikut:

$$D_i = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \dots + \gamma_n \xi_n + \zeta$$

$D_i$  (eta) melambangkan variabel laten endogen,  $\gamma$  (gamma) melambangkan koefisien variabel laten eksogen,  $\xi$  (ksi) melambangkan variabel laten eksogen, dan  $\zeta$  (zeta) melambangkan variabel residual.

Inner model yang terkadang dinamakan sebagai (*inner relation, structural model dan substantive theory*) menjelaskan keterkaitan antara variabel laten pada *substantive theory*. Model untuk persamaan dari *inner model* sebagai berikut:

$$D = \beta_0 + \beta_1 \eta + \Gamma \xi + \zeta$$

Prinsipnya, PLS dirancang untuk model *recursive* atau model statistik yang menggambarkan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang terlibat dalam model atau sering disebut *causal chain system* dari variabel laten yang ditentukan sebagai berikut:

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

$\beta_{ji}$  dan  $\gamma_{jb}$  merupakan koefisien jalur yang mengaitkan prediktor endogen dengan laten eksogen.  $\xi$  dan  $D$  sepanjang *range*  $i$  dan  $b$ , dan  $\zeta_j$  adalah *inner residual variable*.

Dalam model pengukuran *outer model* yang sering juga dinamakan *outer relation* menggambarkan cara di mana setiap blok indikator terkait dengan hubungan laten yang bersangkutan. Blok indikator reklesif persamaan sebagai berikut:

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

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

X dan Y merupakan indikator atau variabel manifest untuk variabel exogen ( $\xi$ ) dan endogen ( $\eta$ ). Sedangkan  $\Lambda_x$  dan  $\Lambda_y$  merupakan matriks loading yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya.  $\epsilon_x$  dan  $\epsilon_y$  melambangkan kesalahan pengukuran.

### 3.8.2.2 Evaluasi model pengukuran reflektif (Outer Model)

PLS tidak memerlukan asumsi tentang distribusi tertentu dalam estimasi parameter, sehingga teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan. Evaluasi model PLS didasarkan pada pengukuran prediksi yang bersifat non-parametrik. Model pengukuran atau model luar dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant* dari indikatornya, serta keandalan komposit untuk setiap blok indikator. Hal ini dilakukan untuk menjamin validitas dan reabilitas pengukuran yang digunakan.

#### 3.8.2.2.1 Convergent validity

Model yang mengukur dengan reflektif indikator yang dinilai berdasarkan hubungan antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Pada tahap ini pengujian melalui dua tahap, yaitu *outer loadings* dan AVE.

##### a. Outer Loadings

*Outer loadings* adalah nilai korelasi dari setiap item pengukuran dengan variabel. Hasil *outer loading* yang bernilai tinggi dapat menunjukkan instrument dari variabel laten atau indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang diukur. Kriteria bobot faktor yang baik menurut Hair et al. (2017, hlm. 140) nilai *outer loading* harus lebih dari 0,7. Namun demikian, menurut

Chin yang dikutip dari (Ghozali, 2014, hlm. 61) nilai 0.5 hingga 0.60 dianggap cukup baik.

*b. Average Varaince Extracted (AVE)*

Pengujian untuk mengevaluasi rata-rata *commonality* pada setiap variabel laten dalam model reflektif. AVE harus melebihi 0,50, yang menunjukkan bahwa setidaknya faktor laten mampu menjelaskan setengah dari varians pada setiap indikator.

**3.8.2.2.2 Discriminant Validity**

Pengukuran ini dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk, yang berarti menilai sejauh mana konstruksi laten dapat diprediksi oleh blok indikatornya. Pasa validitas diskriminan melalui tahapan *cross loadings*, *fornell-larcker criterion*, *heterotrait monotrait ratio (HTMT)*, dan *reliability*.

*a. Cross loading*

*Cross loading* merupakan pendekatan pertama yang digunakan untuk mengukur validitas diskriminan. Nilai *cross loading* suatu indikator pada variabel yang diukur harus lebih besar dari nilai *cross loading* terhadap konstruk lain

*b. Fornell-larcker criterion*

Berdasarkan kriteria *Fornell-larcker*, model pengukuran reflektif harus memiliki nilai akar AVE yang besar dibandingkan nilai korelasi tersebut dengan model variabel laten lain dalam satu model uji (Kusnendi & Ciptagusta, 2023, hlm. 581). Pengujian Fornell-larcker berfungsi untuk mengetahui nilai korelasi antara variabel laten itu sendiri dan juga nilai korelasi dengan variabel laten lain.

*c. Heteroit-Monotrait Ratio (HTMT)*

*Heteroit-Monotrait Ratio* adalah rata-rata nilai korelasi antar item pengukuran variabel korelasi antara item yang mengukur variabel yang sama. Hetroit-Monotrait Ratio ini diusulkan oleh Henseler, Ringle, dan Sarstedt, menurutnya validitas diskriminan yang memadai yang memiliki nilai HTMT tidak boleh lebih besar dari 0,90.

d. Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas menggunakan dua nilai, yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Nilai *composite reliability* dapat mengukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari konstruk yang sudah dibangun. Sedangkan konsistensi internal suatu indikator dapat diukur dengan Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach alpha yang memadai lebih dari 0,7.

### 3.8.2.3 Evaluasi model struktural (Inner Model)

Model struktural atau inner model dievaluasi untuk memeriksa kekuatan dan keakuratan model struktural yang telah dibangun. Evaluasi ini mencakup penggunaan *R-square* untuk variabel dependen, *multicollinearity (VIF)*, *F-square*, *q square*, dan *Godness of fit*. Penjelasan lebih rinci sebagai berikut

a. Analisis *R-Square* ( $R^2$ )

Variabel laten endogen yang menunjukkan angka sebesar 0.67, 0.33, 0.19 dalam model struktural menunjukkan bahwa model “baik”, “moderat”, “lemah”. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengklarifikasi seberapa besar persentase variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Interpretasinya adalah bahwa perubahan nilai *R-Square* digunakan untuk mengevaluasi apakah pengaruh dari variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen memiliki pengaruh yang signifikan secara substansial

b. Analisis *Multicollinearity*

Untuk menguji apakah terdapat multikolinearitas dalam model PLS-SEM, diperiksa dengan melihat nilai *tolerance* atau Variance Inflation Factor (*VIF*). Jika nilai *VIF* lebih dari 5, maka ada indikasi adanya multikolinearitas.

c. Analisis  $F^2$  untuk *effect size*

Bertujuan untuk menilai seberapa signifikan prediktor variabel laten. Nilai  $F^2$  sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 menunjukkan bahwa prediktor variabel laten memiliki dampak yang rendah, sedang, atau tinggi pada tingkat struktural.

d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance*

Rizky Nurillah Putri, 2024

Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat

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

Digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model dan estimasi parameternya menghasilkan nilai observasi dengan baik. Ketika nilai *Q-square* lebih besar dari nol, ini menunjukkan bahwa model memiliki tingkat relevansi prediksi yang baik, sementara nilai *Q-square* kurang dari nol menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediksi.

e. *Analisis Goodness of Fit (GoF)*

Dalam SEM-PLS, pengujian *Goodness of Fit (GoF)* dilakukan secara manual karena tidak termasuk dalam output SmartPLS. Kategori nilai GoF, yaitu 0,1, 0,25, dan 0,38, diklasifikasikan sebagai kecil, medium, dan besar. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

### 3.8.2.4 Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Tahapan terakhir dalam pengujian pada PLS-SEM, yaitu melakukan analisis *bootstrapping* untuk pengujian statistik. Uji hipotesis dilakukan dengan dibandingkannya nilai t hitung dengan t tabel. Jika nilai t hitung melebihi nilai t tabel, maka hipotesis dapat diterima.

Penelitian ini menggunakan variabel moderator. Untuk menguji efek moderator pada SEM PLS, digunakan pendekatan *two stage*. Pendekatan *two stage* digunakan jika tujuannya menguji signifikansi efek moderator (Kusnendi & Ciptagustia, 2023, hlm. 624)

Pendekatan ini melalui dua tahap prosedur tahap (Kusnendi & Ciptagustia, 2023, hlm. 624). Pertama mengestimasi nilai variabel laten eksogen, endogen, dan variabel laten moderator. Tahap kedua, berdasarkan nilai variabel laten eksogen, endogen, dan skor variabel laten moderator, nilai variabel interaksi dihitung dengan mengkalikan nilai variabel laten eksogen dengan variabel laten moderator. Lalu dilakukan pengujian efek moderator dengan indikator masing-masing variabel laten. Terdapat nilai masing masing variabel laten eksogen, endogen, variabel laten moderator, dan variabel laten interaksi. Berikut persamaan interaksi moderator:

$$D_i = \xi_0 + \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \gamma_3 \mu + \gamma_4 \xi \times \mu + \gamma_5 \xi \times \mu + \zeta$$

Dimana  $\mu$  variabel laten moderator dan  $\xi \times \mu$  variabel laten interaksi

Rizky Nurillah Putri, 2024

**Keputusan Pembelian Makanan Impor Tiongkok Latiao dengan Pengetahuan Produk Halal sebagai Variabel Moderator: Suatu Kasus pada Generasi Z Muslim Jawa Barat**

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

Demikian pula, untuk menguji hipotesis dalam PLS-SEM dapat melihat nilai dari t tabel. Apabila, t hitung melebihi t tabel maka hipotesis diterima. Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%, Pada penelitian ini uji hipotesis yang digunakan, yaitu *two tailed*. Untuk mengetahui pengaruh positif atau negatif suatu variabel terhadap variabel lain. maka, nilai t tabel yang digunakan adalah 1,97.

a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \gamma = 0$ , artinya *electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \gamma \neq 0$ , artinya *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Hipotesis Kedua

$H_0 : \gamma = 0$ , artinya harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \gamma \neq 0$ , artinya harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

c. Hipotesis Ketiga

$H_0 : \gamma = 0$ , artinya pengetahuan produk halal tidak memoderasi pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian makanan impor Tiongkok latiao.

$H_a : \gamma \neq 0$ , artinya pengetahuan produk halal memoderasi pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian makanan impor Tiongkok latiao.

d. Hipotesis Keempat

$H_0 : \gamma = 0$ , artinya pengetahuan produk halal tidak memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan impor Tiongkok latiao.

$H_a : \gamma \neq 0$ , artinya pengetahuan produk halal memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan impor Tiongkok latiao.

Kriteria Penelitian:

- a. Jika nilai t-statistik  $< 1,97$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- b. Jika nilai t-statistik  $\geq 1,97$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

