

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan variabel independen yakni tingkat Kesadaran Halal (X1) dan *Electronic Word of Mouth* (X2). Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Adapun subjek dalam riset ini adalah konsumen yang telah membeli produk Bakmi pada Restoran Bakmi belum sertifikasi halal di wilayah Bandung Raya.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah metode untuk melakukan rekomendasi penelitian, prosedur, spekulasi, kerja lapangan, pemeriksaan informasi, dan persiapan data dengan bantuan bagian perkiraan, perhitungan, persamaan serta jaminan data matematika (Sekaran dan Bougie, 2016).

3.3 Desain Penelitian

Riset ini bersifat deskriptif dan kausalitas. Penelitian deskriptif adalah teknik penelitian yang berusaha untuk menggambarkan objek atau subjek terkonsentrasi secara ekstensif, dan mendalam (Sekaran dan Bougie, 2016). Penelitian deskriptif digunakan untuk menunjukkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Adapun variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kesadaran Halal (X1), *Electronic Word of Mouth* (X2), dan Keputusan Pembelian (Y).

Desain penelitian kausalitas digunakan untuk mengetahui sebab akibat diantara variabel yang ada. Studi kausalitas digunakan untuk melihat apakah satu variabel dapat menyebabkan variabel lainnya berubah atau tidak (Sekaran dan Bougie, 2016). Selanjutnya variabel yang akan dijelaskan pengaruhnya adalah Kesadaran Halal (X1), *Electronic Word of Mouth* (X2), serta Keputusan Pembelian (Y).

Pada penelitian ini menggunakan metode survei yaitu untuk mengambil sampel dan populasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini dijelaskan mengenai definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu Kesadaran Halal (X1), *Electronic Word of Mouth* (X2), dan Keputusan Pembelian (Y). Penyusunan operasional variabel dilakukan untuk mempermudah pengukuran konsep yang akan diteliti.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel/Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
Kesadaran Halal (X1) merupakan pemahaman yang dimiliki oleh masyarakat muslim terhadap proses, konsep serta prinsip-prinsip halal yang memprioritaskan konsumsi makanan yang sesuai dengan standar dan prinsip halal	Memperhatikan logo halal sebelum mengkonsumsi produk (Izzuddin, 2018)	Kondisi di mana konsumen menyadari terkait adanya logo halal pada produk yang akan dikonsumsi	Interval
	Konsumen selalu memastikan produk yang dikonsumsi mengandung bahan-bahan halal dan proses pembuatan halal (Basri dan Kurniawati, 2019)	Kondisi di mana konsumen menyadari bahwa produk yang dikonsumsi benar-benar halal	

Variabel/Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
	Memiliki Pengetahuan yang Cukup untuk Keputusan Pembelian Produk Halal (Basri dan Kurniawati, 2019)	Kondisi di mana konsumen mengetahui informasi mengenai suatu produk halal	
<i>Electronic Word of Mouth</i> (X2) Pemasaran menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut untuk mendukung usaha dan tujuan pemasaran.	Intensitas (Goyette et al., 2010)	Seberapa banyak komentar atau pendapat yang ditulis dalam sebuah <i>website</i> atau <i>sosial media</i> oleh konsumen.	Interval
	Pendapat positif/baik (Goyette et al., 2010)	Pendapat yang ditulis oleh konsumen tentang produk atau layanan atau merek yang bersifat positif	
	Pendapat negatif (Goyette et al., 2010)	Pendapat dari konsumen tentang suatu produk atau layanan atau merek yang bersifat negatif. Pendapat negatif ini biasanya cenderung dapat membahayakan perusahaan.	

Variabel/Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
	Konten (Goyette et al., 2010)	Isi informasi yang tersajikan melalui media online yang bersangkutan dengan produk atau layanan atau merek. Informasi ini biasanya mengenai variasi produk atau jasa, kualitas produk atau jasa, dan harga.	
Keputusan pembelian (Y) merupakan tindakan konsumen untuk memilih dan membeli produk atau jasa tertentu dari berbagai alternatif yang tersedia (Kotler dan Armstrong, 2018)	Pilihan Merek (Kotler dan Armstrong, 2018)	Kondisi di mana konsumen memutuskan membeli sebuah produk berdasarkan merek yang dipercaya	Interval
	Memberikan Rekomendasi Kepada Orang lain (Kotler dan Keller, 2018b)	Kondisi di mana konsumen membeli sebuah produk karena rekomendasi orang lain dan merekomendasikan kembali kepada orang lain	
	Pilihan produk (Kotler dan Armstrong, 2018)	Kondisi di mana konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk	
	Kualitas produk (Tjiptono, 2018)	Kondisi di mana konsumen membeli produk yang memiliki	

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

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

Variabel/Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
		kualitas produk yang baik	

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Sekaran dan Bougie (2017) mendefinisikan populasi sebagai kumpulan beberapa orang, kelompok, peristiwa, fenomena dan hal-hal menarik lainnya yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Adapun populasi yang digunakan yaitu masyarakat generasi Z di Wilayah Bandung Raya meliputi kota Bandung, kota Cimahi, Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat sebanyak 2.153.375 jiwa (MalangNetwork.com, 2023).

Teknik pengambilan konsumen yang digunakan yaitu non-probability sampling yakni metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap orang dalam populasi ini untuk dipilih menjadi sampel. Adapun metode yang digunakan yaitu purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik dengan memilih kelompok orang tertentu berdasarkan data yang dibutuhkan dan yang memenuhi kriteria peneliti (Darmanah, 2019).

Adapun kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pernah membeli Bakmi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Bandung Raya minimal 2 kali
 2. Generasi Z (lahir pada tahun 1996-2010)
 3. Konsumen muslim yang berdomosili di wilayah Bandung Raya meliputi Kota Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat
- Berdasarkan kriteria diatas, ukuran sampel penelitian menggunakan rumus

Slovin:

$$n = \frac{N}{N.e^2+1}$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel
 N : Jumlah populasi
 e² : Batas torelansi kesalahan

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

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

Berdasarkan aturan diatas, maka batas toleransi kesalahan senilai 5%. Semakin tinggi tingkat kesalahan maka semakin kecil ukuran sampel yang diperlukan. Perhitungan sampel pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{2.153.375}{2.153.375.(0.05)^2+1} = \frac{2.153.375}{5.384} = 337$$

Berdasarkan perhitungan slovin, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 337 konsumen atau responden dan dibulatkan menjadi 340.

3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penulis menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Data sekunder merupakan data yang bukan dari subjek penelitian melainkan dari sumber data lain yang memberikan informasi yang sama. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian.

1. Angket/kuesioner, yakni merupakan metode menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada responden yang diperlukan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Bakmi di wilayah Bandung Raya yang berjumlah 340 responden. Lalu penyebaran kuesioner melalui *google form* ini dibagikan melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *X*, dan lain-lain.
2. Studi literatur, merupakan teknik pengumpulan data melalui pemahaman dan mengevaluasi data dari berbagai jurnal, internet, dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

3.6.2 Instrumen Penelitian

Kuesioner atau daftar isian pertanyaan dilakukan untuk memperoleh instrumen penelitian. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah ditentukan dan meminta responden untuk mencatat tanggapannya, biasanya dalam format alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Sebuah penelitian bersifat deskriptif, maka kuesioner cara yang baik untuk memperoleh data (Sekaran dan Bougie, 2016).

Google form digunakan untuk menyebarkan kuesioner, kemudian dibagikan di media sosial maupun grup. Skala yang digunakan dalam pengembangan instrumen pengukuran ialah semantic differential. Skala diferensial semantik

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

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

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Halal

Kode	Corrected Item- Total Corelation	R tabel	Keterangan
KH1	0,939	0,361	Valid
KH2	0,962	0,361	Valid
KH3	0,794	0,361	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel *Electronic Word of Mouth*

Kode	Corrected Item- Total Corelation	R tabel	Keterangan
EWOM1	0,739	0,361	Valid
EWOM2	0,584	0,361	Valid
EWOM3	0,851	0,361	Valid
EWOM4	0,436	0,361	Valid
EWOM5	0,663	0,361	Valid
EWOM6	0,467	0,361	Valid
EWOM7	0,686	0,361	Valid
EWOM8	0,684	0,361	Valid
EWOM9	0,759	0,361	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Kode	Corrected Item- Total Corelation	R tabel	Keterangan
KP1	0,788	0,361	Valid
KP2	0,199	0,361	Valid
KP3	0,717	0,361	Valid
KP4	0,856	0,361	Valid
KP5	0,827	0,361	Valid
KP6	0,799	0,361	Valid
KP7	0,842	0,361	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Uji selanjutnya yaitu pengujian reliabilitas untuk menguji keabsahan dari instrumen yang sudah valid. Uji reliabilitas adalah suatu scale ataupun instrumen alat ukur informasi supaya informasi yang diperoleh disebut reliabel atau terpercaya jika instrumen tersebut tidak berubah menimbulkan hasil yang serupa tiap kali dicoba pengukuran (Ferdinand, 2014). Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 (Ghozali, 2014).

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

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

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R tabel	Keterangan
Kesadaran Halal	0,882	0,6	Reliabel
<i>Electronic Word of Mouth</i>	0,830	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,847	0,6	Reliabel

Sumber: Data Hasil Pengolahan

Berdasarkan data yang sudah diperoleh dari pengujian validitas dan reliabilitas, maka diketahui bahwa pada variabel kesadaran halal (X1), *electronic word of mouth* (X2) dan keputusan pembelian (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel. Untuk itu setelah kedua pengujian di atas, maka penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah menggunakan software SPSS. Analisis data dalam penelitian ini meliputi: regresi linear berganda, analisis deskriptif, analisis kuantitatif, uji validitas, uji reabilitas, uji multikoloneliritas, uji heteroskedatisitas, uji normalitas, uji R², uji F, uji t. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda atau Ordinary Least Square (OLS).

3.7.1 Analisis Deskriptif

Adapun untuk memberikan bukti jawaban atas pernyataan pertama terkait dengan tingkat Kesadaran Halal dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian, maka diperoleh dengan hasil dari analisis statistik deskriptif. Secara garis besar, prosedur dalam mengerumuskan data ialah sebagai berikut:

1. *Editing*, yakni prosedur meninjau kuesioner yang telah diisi sebelumnya atau diajukan kembali. Tujuan dari pengecekan ini adalah untuk memastikan bahwa kuisisioner atau daftar pertanyaan telah diisi dengan lengkap.
2. *Coding*, merupakan proses pemberian kode atau tanda pada setiap tanggapan, biasanya kode ini dalam bentuk angka, dan mengelompokkan tanggapan dari responden ke dalam berbagai kategori untuk diberikan identitas.

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

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

3. *Scoring*, merupakan menilai pilihan yang dibuat responden dalam menanggapi pertanyaan pada kuesioner. Pemberian skor dengan memberi bobot pada nilai tiap pertanyaan pada skala diferensial semantik dengan bobot yang disesuaikan dengan respon.
4. *Tabulating*, yakni prosedur transformasi data yang diperoleh dari instrumen pengumpulan data menjadi sejumlah tabel data untuk pengujian sistematis. Setelah responden memberikan tanggapannya, langkah selanjutnya adalah mengolah data penelitian. Langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikan masing-masing variabel sebelum dilakukan analisis data lebih lanjut untuk mendukung hipotesis. Variabel dikategorikan dengan menggunakan rumus berikut:

Tabel 3. 7 Skala Pengukuran Kategori

Skala	Kategori
$X > (\mu + 1,0\sigma)$	Sangat Tinggi
$(\mu - 1,0\sigma) \leq x \leq (\mu + 1,0\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 1,0\sigma) \leq x \leq (\mu + 1,0\sigma)$	Sedang
$(\mu - 1,0\sigma) \leq x \leq (\mu + 1,0\sigma)$	Rendah
$X < (\mu - 1,0\sigma)$	Sangat Rendah

Sumber: (Azwar, 2006)

Keterangan:

X = Skor empiris

μ = Rata-rata teoritis ((skor min + skor maks)/2)

σ = simpangan baku teoritis ((skor maks - skor min)/6)

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Meskipun regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas dan melihat nilai toleran dan Variance Inflation Factor (VIF) dengan perhitungan bantuan program SPSS 22.

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

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

Jika dari matrik korelasi antar variabel bebas ada korelasi yang tinggi (umumnya data 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya problem multikolinieritas adalah nilai toleran $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 .

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika pola yang tidak jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.2.3 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik tidak menjadi valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik monte carlo. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas dan tidak, sebagai berikut:

1. Jika nilai sig monte carlo lebih besar dari 0,05, maka residualnya berdistribusi normal.
2. Jika nilai sig monte carlo lebih kecil dari 0,05, maka residualnya berdistribusi tidak normal.

3.7.3 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda menurut Sugiono (2010: 227) adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya). Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menerangkan besarnya pengaruh Pelatihan dan Promosi Jabatan terhadap Kinerja. Persamaan regresi linear secara umum untuk menguji hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian
- a : Koefisien Konstanta
- b : Koefisien Regresi
- X₁ : Kesadaran Halal
- X₂ : Electronic Word of Mouth
- e : Error, variabel gangguan

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) atau R Square adalah sebuah koefisien yang menunjukkan presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R² berkisar dari 0 sampai 1. Jika nilai R² bergerak mendekati 1 berarti semakin besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen. Jika dalam perhitungan nilai R² sama dengan 0, ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak bisa dijelaskan oleh variabel independen

3.7.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2009) uji statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen atau terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

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

1. H_a diterima apabila $F (\text{hitung}) > F (\text{tabel})$, berarti ada hubungan signifikan antara variabel X dengan variabel Y dan $P \text{ value} < 0,05$
2. H_0 diterima apabila $F (\text{hitung}) < F (\text{tabel})$, berarti tidak ada hubungan signifikan antara variabel X dengan variabel Y dan $P \text{ value} > 0,05$

3.7.4.2 Uji Parsial (Uji t)

Parameter yang diperoleh dalam estimasi OLS, perlu ditanyakan bersifat signifikan atau tidak. Uji signifikan yang dimaksud dengan memverifikasi kesalahan atau kebenaran hipotesis nol yang dibuat. Uji ini diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Kriterianya sebagai berikut:

1. Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima
2. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

Adapun hipotesis yang diajukan, dirumuskan sebagai berikut:

- a. $H_0 : \beta = 0$, artinya Halal Awareness tidak berpengaruh negatif terhadap keputusan.
 $H_A : \beta > 0$, artinya Halal Awareness berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.
- b. $H_0 : \beta = 0$, artinya *Electronic Word of Mouth* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
 $H_A : \beta > 0$, artinya *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.