

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi (*explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 2012). Dengan menggunakan skala pengukuran likert, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, angket dan dokumentasi. Populasi yang digunakan yaitu konsumen Produk Kunara di UD. Halwa Indoraya Jombang dengan sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

#### **3.2. Definisi Operasional Variabel**

##### **1. Inovasi Produk (X1)**

Adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru (Farisi, 2013):

- a. Variasi jenis produk
- b. Variasi bentuk produk
- c. variasi rasa produk
- d. variasi ukuran /berat/ kemasan produk
- e. Variasi harga produk

## 2. Sertifikasi Halal ( X2)

Mengacu dari konsep yang dikemukakan oleh (Aziz (2013): dalam penelitian ini sertifikasi adalah produk yang didalam proses pengolahannya memenuhi standar keamanan dan kersihannya sehingga jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama. Sertifikasi Halal ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Sikap: penilaian konsumen terhadap produk halal
- b. Subyektif : keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.
- c. Norma :merasakan bagaimana orang lain menyetujui tindakan individu dalam mengkonsumsi produk halal
- d. Kontrol perilaku : Tekanan yang dirasakan konsumen berasal dari preferensi keluarga atau teman dekat konsumen terhadap produk halal

## 3. Keputusan Pembelian (Y)

Adalah perilaku akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi pribadi. Pada pengambilan keputusan untuk membeli terdapat lima indicator menurut (Kotler , 2007) yang meliputi:

### a. Kemantapan Produk

Kemantapan produk pada sebuah produk yaitu kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.

b. Kebiasaan Membeli Produk

Kebiasaan dalam membeli produk yaitu pengulangan sesuatu secara terus dalam melakukan pembelian produk yang sama.

c. Rekomendasi

Memberikan rekomendasi kepada orang lain yaitu memberikan kepada seseorang atau lebih bahwa sesuatu yang dapat dipercaya, dapat juga merekomendasikan diartikan sebagai menyarankan, mengajak untuk bergabung, menganjurkan suatu bentuk perintah.

d. Melakukan Pembelian Ulang

Melakukan pembelian ulang yaitu individu melakukan pembelian produk atau jasa dan menentukan untuk membeli lagi, maka pembelian kedua dan selanjutnya disebut pembelian ulang.

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Penelitian**

| No | Variabel            | Indikator                              | Kisi-kisi Instrumen                             | Sumber        |
|----|---------------------|--|---|---------------|
| 1  | Inovasi Produk (X1) | Variasi jenis produk                   | Produk Kunara berbagai varian jenis produk      | Farisi (2013) |
|    |                     | Variasi bentuk produk                  | Produk Kunara memiliki bentuk yang beanekaragam |               |
|    |                     | variasi rasa produk                    | Produk Kunara memiliki rasa yang bervariasi     |               |
|    |                     | .variasi ukuran /berat/ kemasan produk | Produk Kunara memiliki berbagai kemasan         |               |
|    |                     | Variasi harga produk                   | Produk Kunara memiliki harga yang bervariasi    |               |

|   |                         |                           |  |               |
|---|-------------------------|---------------------------|--|---------------|
| 2 | Sertifikat Halal ( X2)  | Sikap                     | Penilaian konsumen terhadap produk halal   | Aziz (2013)   |
|   |                         | Subyektif                 | keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata   |               |
|   |                         | Norma                     | merasakan bagaimana orang lain menyetujui tindakan individu dalam mengkonsumsi produk halal                      |               |
|   |                         | Kontrol Perilaku          | Tekanan yang dirasakan konsumen berasal dari preferensi keluarga atau teman dekat konsumen terhadap produk halal |               |
| 3 | Keputusan Pembelian (Y) | Kemantapan produk         | Kemantapan pada produk Kunara  | Kotler , 2007 |
|   |                         | Kebiasaan membeli produk  | Kebiasaan dalam membeli produk kunara  |               |
|   |                         | Rekomendasi               | Memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk kunara   |               |
|   |                         | Melakukan pembelian ulang | Melakukan pembelian ulang pada produk kunara   |               |

### Skala Pengukuran

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala Likert. Skala Likert ini digunakan karena memiliki kemudahan dalam menyusun pertanyaan, memberiskor, sertaskor yang lebih tarafnya mudah dibandingkan dengan skor yang lebih rendah. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberikan skor (Sugiyono, 2012).

Jawaban dari responden yang bersifat persepsional yang dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

1. Untuk jawaban Sangat Setuju. diberi nilai 5.
2. Untuk jawaban Setuju diberi nilai 4

3. Untuk jawaban Netral diberi nilai 3.
4. Untuk jawaban Tidak Setuju diberi nilai 2.
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju diberi nilai 1.

### 3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti (Arikunto, 2012). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengguna/konsumen pada produk Kunara Jombang. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian konsumen Produk Kunara di UD.Halwa Indoraya Jombang berjumlah 100 responden. Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus (Riduwan, 2010), sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)^2}{e}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

$Z_{\alpha}$  = Nilai yang didapat dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai  $Z_{0,05}$  adalah 1,96 dan standar deviasi ( $\sigma$ ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96)/(0,25)}{0,05}^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96.04 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

Teknik yang digunakan pengambilan sampel adalah *Non-Probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan membeli Produk Kunara di UD.Halwa Indoraya Jombang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012).

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dan mempunyai kaitan erat dengan masalah yang diteliti. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pernyataan (angket),

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui jurnal-jurnal yang telah dipublikasikan, buku, majalah.

### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini ada beberapa cara yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data antara lain :

1. Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
2. Angket merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan menjawab sebuah pilihan jawaban secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penyelidikan.
3. Dokumentasi yaitu mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian.

### 3.6. Uji Instrumen

#### 3.6.1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menguji apakah suatu angket layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur melakukan tugas mencapai sasarnya. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Uji validitas dapat menggunakan *pearson product moment*. Perhitungan *pearson product moment* menggunakan bantuan SPSS. Syarat hasil uji *pearson product moment* atau  $r$  menunjukkan  $r$ -hitung  $> 0,3$  maka item pernyataan dinyatakan valid. (Sugiyono, 2012). Teknik korelasi product moment, rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X - (\sum X)^2/n)\} \{n(\sum Y - (\sum Y)^2/n)\}}}$$

Dimana :  $r$  = korelasi

$X$  = skor item  $X$

$Y$  = total item  $Y$

$n$  = banyaknya sampel dalam penelitian

Adapun uji coba validitas dengan sampel sebanyak 30 responden, dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Uji Validitas**

| Variabel                      | Item<br>Pertanyaan | r<br>hitung | Nilai<br>koefisien | Keterangan |
|-------------------------------|--------------------|-------------|--------------------|------------|
| Inovasi Produk<br>(X1)        | X1.1               | 0,654       | 0,30               | Valid      |
|                               | X1.2               | 0,646       | 0,30               | Valid      |
|                               | X1.3               | 0,699       | 0,30               | Valid      |
|                               | X1.4               | 0,721       | 0,30               | Valid      |
|                               | X1.5               | 0,649       | 0,30               | Valid      |
| Sertifikasi<br>Halal<br>(X2)  | X2.1               | 0,614       | 0,30               | Valid      |
|                               | X2.2               | 0,737       | 0,30               | Valid      |
|                               | X2.3               | 0,797       | 0,30               | Valid      |
|                               | X2.4               | 0,658       | 0,30               | Valid      |
| Keputusan<br>Pembelian<br>(Y) | Y1.1               | 0,603       | 0,30               | Valid      |
|                               | Y1.2               | 0,674       | 0,30               | Valid      |
|                               | Y1.3               | 0,797       | 0,30               | Valid      |
|                               | Y1.4               | 0,573       | 0,30               | Valid      |

Berdasarkan tabel 3.2 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang terdapat pada variabel, inovasi produk, sertifikasi halal dan keputusan pembelian diperoleh dari  $r$  hitung lebih besar dari nilai koefisien, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga



kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Sugiyono, 2012). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Arikunto, 2010), maka dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Sugiyono, 2012).

Dengan rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

$\alpha$  = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S<sub>j</sub> = varians responden untuk item I

S<sub>x</sub> = jumlah varians skor total

Adapun uji coba validitas dengan sampel sebanyak 30 responden, dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Uji Reliabilitas**

| Variabel | Alpha Cronbach | Kriteria | Keterangan |
|----------|----------------|----------|------------|
| X1       | 0,685          | 0,60     | Reliabel   |
| X2       | 0,638          | 0,60     | Reliabel   |
| Y        | 0,686          | 0,60     | Reliabel   |

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Cronbach Alpha lebih besardari 0,6.

### **3.7. Uji AsumsiKlasik**

#### **3.7.1. Normalitas Data**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. melihat grafik normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika data menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi asumsi normalitas tetapi jika data menyebarjauh dari arah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
2. Menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Model regresi yang dilakukan dalam penelitian seharusnya berdistribusi normal sehingga layak digunakan untuk pengujian secara statistik, untuk menguji kenormalan menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov sebagai dasar pengambilan keputusan dapat diukur dengan melihat angka probabilitasnya yaitu :
  - a. Jika probabilitas  $>0,05$  maka distribusi dari populasi normal
  - b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka populasi tidak berdistribusi normal

### 3.7.2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variabel  $x$  yang memberikan informasi yang sama tentang variable  $Y$ . Kalau  $X_1$  dan  $X_2$  berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2005)

Ada beberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- (a) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2$  sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara  $X_1$  dan  $X_2$ .
- (b) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance value*  $< 0,01$  atau  $VIF > 10$  maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value*  $> 0,01$  atau  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2005)

### 3.7.3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi dalam konsep regresi linear berarti komponen errornya berkorelasi berdasarkan urutan waktu (pada data berskala), urutan ruang (pada data tampang lintang) atau korelasi pada dirinya sendiri (Setiawan dan Kusri, 2010). Penelitian ini dalam menguji Autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson. Uji Durbin-Watson

hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen. Apabila nilai Durbin-Watson (d) lebih besar daripada batas atas (dU) dan lebih kecil dari nilai 4-dU, maka dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi.

#### **3.7.4. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain (Ghozali, 2011). Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambar dalam model regresi. Jika *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

### **3.8. Teknik Analisis Data**

#### **3.8.1. Analisis Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2012) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk

mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut (Sudjana, 2009) :

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Rentan interval skor yaitu 0,8, artinya kriteria kategori jawaban responden dengan rantai nilai 0,8 maka ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

1. 1,0 – 1,8 = Rendah sekali
2. 1,81-2,6 = rendah
3. 2,61 -3,4 = Cukup
4. 3,41 – 4,2 = Baik
5. 4,21 - 5,0 = Sangat baik

### 3.8.2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2012) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Inovasi produk (X1) sertifikat halal (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan Regresi Berganda tersebut menggunakan rumus (Sugiyono, 2012):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

- Y = keputusan pembelian
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub> = Koefisien regresi Inovasi produk
- b<sub>2</sub> = Koefisien regresi sertifikat halal
- X<sub>1</sub> = Inovasi produk
- X<sub>2</sub> = sertifikat halal
- € = Standar error

### 3.9. Uji Hipotesis

#### 3.9.1. Uji t Atau Uji Parsial

1. Membuat formulasi hipotesis

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen ( X ) terhadap variabel dependen ( y ).

2. Menentukan level signifikasi.
3. Mengambil keputusan

- Jika  $t_{sig} \leq \alpha = 0,05$  , maka hipotesis diterima
- Jika  $t_{sig} > \alpha = 0,05$  , maka hipotesis ditolak (Sugiyono, 2012)

#### 3.9.2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (inovasi produk dan sertifikasi halal) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (keputusan pembelian) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang

dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2011).