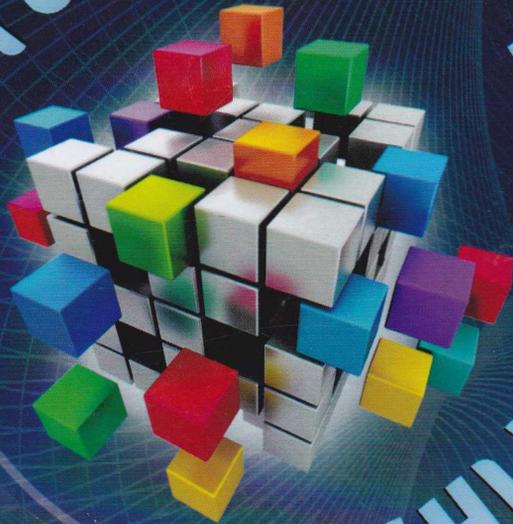




VSM
Visi Solusi Madani

SUSANTO

METODOLOGI PENELITIAN



METODE PENELITIAN

15.VSM. © 2017 Susanto

Desain sampul : Free~LINE
Tata letak : M. Farhan Assafari

Diterbitkan oleh
VISI SOLUSI MADANI
Munggur I/No.2 Sidoarum Godean,
Sleman Yogyakarta
Telp. 0274-6496012
<http://vsmadani.blogspot.com>
[email:vsmadani@yahoo.co.id](mailto:vsmadani@yahoo.co.id)

Metode Penelitian/Susanto
Yogyakarta: Visi Solusi Madani
Cetakan II, Februari 2017
iv + 353 hlm; 17 x 25 cm

ISBN : 978-979-19213-5-0

Dicetak oleh:
Percetakan **Dinamika Media Ilmu**
(imajinasi seluas mata hati)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan ijin-Nya buku mata kuliah *Metodologi Penelitian* dapat tersusun. Buku ini disajikan untuk membantu para mahasiswa dalam menemukan sumber informasi tentang cara mengadakan penelitian yang berbahasa Indonesia.

Buku ini ditujukan bagi mahasiswa yang mengambil mata kuliah Metodologi Penelitian untuk mendampingi buku teks asing sehingga diharapkan dapat membantu mahasiswa memahami buku teks tersebut. Buku ini disajikan sesuai dengan urutan langkah-langkah dalam penelitian, karena langkah dalam penelitian itupun bervariasi menurut pendapat orang masing-masing, maka ini merupakan salah satu pola dalam mengadakan penelitian.

Tidak ada gading yang tak retak, untuk perbaikan buku ini di masa datang, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran pembaca. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat.

Terima Kasih

Susanto

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1. Pengantar Untuk Penelitian	1
BAB 2. Penelitian Ilmiah	10
BAB 3. Teknologi Komputer dan Penelitian Bisnis	21
BAB 4. Proses Penelitian.....	31
BAB 5. Proses Penelitian Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	41
BAB 6. Proses Penelitian Elemen dan Desain Penelitian	52
BAB 7. Desain Eksperimental	60
BAB 8. Variabel Pengukuran : Definisi Operasional & Skala	78
BAB 9. Pengukuran : Penetapan Skala, Reliabilitas & Validitas.....	84
BAB 10. Metode Pengumpulan Data	95
BAB 11. Proses Pengambilan Sampel	119
BAB 12. Analisis Data dan Interpretasi	132
BAB 13. Laporan Riset	155
BAB 14. Contoh Proposal Peneltian.....	161
REFERENSI.....	185
LAMPIRAN	187

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1. Pengantar Untuk Penelitian	1
BAB 2. Penelitian Ilmiah	10
BAB 3. Teknologi Komputer dan Penelitian Bisnis	21
BAB 4. Proses Penelitian	31
BAB 5. Proses Penelitian Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	41
BAB 6. Proses Penelitian Elemen dan Desain Penelitian	52
BAB 7. Desain Eksperimental	60
BAB 8. Variabel Pengukuran : Definisi Operasional & Skala	78
BAB 9. Pengukuran : Penetapan Skala, Reliabilitas & Validitas.....	84
BAB 10. Metode Pengumpulan Data	95
BAB 11. Proses Pengambilan Sampel	119
BAB 12. Analisis Data dan Interpretasi	132
BAB 13. Laporan Riset	155
BAB 14. Contoh Proposal Penelitian.....	161
REFERENSI.....	185
LAMPIRAN	187

BAB 1

PENGANTAR UNTUK PENELITIAN

APAKAH PENELITIAN ITU?

Penelitian, secara sederhana adalah sebuah proses menemukan solusi terhadap masalah setelah secara menyeluruh mempelajari dan menganalisis faktor-faktor situasional. Manajer secara konstan terlibat dalam mempelajari dan menganalisis isu dan dengan demikian berarti mereka terlibat dalam aktivitas penelitian seperti pada saat membuat keputusan di tempat kerja. Perbedaan antara membuat keputusan yang bagus dan buruk terletak pada bagaimana manajer bekerja dalam proses pengambilan keputusan. Dengan kata lain, pembuatan keputusan yang bagus akan memberikan jawaban "ya" terhadap beberapa pertanyaan berikut: Apakah manajer mengidentifikasi dimana letak masalah yang sebenarnya, apakah mereka secara tepat menyadari faktor-faktor yang relevan dalam situasi yang membutuhkan investigasi, apakah mereka mengetahui tipe informasi yang harus dikumpulkan dan bagaimana cara mengumpulkannya, apakah mereka tahu bagaimana memanfaatkan informasi yang telah dikumpulkan dan menarik kesimpulan untuk membuat keputusan yang tepat, dan terakhir, apakah mereka tahu bagaimana mengimplementasikan keputusan untuk memecahkan masalah.

Daya Tarik Dan Pentingnya Pengetahuan Tentang Penelitian Bagi Manajer

Teknologi modern telah membuat penelitian menjadi menarik. Sekarang ini, komputer personal dan modern telah memudahkan mengetahui informasi di pasar global pengaruhnya pada bisnis. Besarnya kemampuan komputer dalam menyimpan dan menampilkan data maupun informasi membuat manajer mampu menghadapi pasar global yang kompetitif yang dipenuhi oleh faktor-faktor yang kompleks dan membingungkan.

Pengetahuan tentang penelitian dapat membantu seseorang untuk melihat informasi yang tersedia dalam cara yang kreatif dan canggih dalam lingkungan global yang berubah cepat. Selain itu, pengetahuan tersebut juga membantu dalam berinteraksi secara efektif dengan konsultan penelitian yang bekerja untuk anda, membedakan antara studi yang bagus dan buruk yang diterbitkan dalam jurnal profesional, serta membantu melakukan penelitian sendiri untuk memecahkan masalah. Pengetahuan mengenai penelitian bisnis meliputi pemahaman dalam mengidentifikasi masalah, mengumpulkan informasi yang relevan, menganalisis data untuk membantu membuat keputusan dan mengimplementasikan tindakan yang tepat.

PENELITIAN BISNIS

Penelitian bisnis dapat dideskripsikan sebagai sebuah usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menginvestigasi masalah tertentu di tempat kerja yang membutuhkan solusi. Penelitian bisnis terdiri dari serangkaian langkah yang didesain dan dilaksanakan, dengan tujuan menemukan jawaban terhadap isu-isu yang menjadi perhatian manajer. Hal ini berarti bahwa langkah pertama dalam penelitian adalah mengetahui dimana masalah yang perlu dipelajari dan dipecahkan serta mengidentifikasinya se jelas mungkin.

Setelah masalah diidentifikasi dengan jelas, langkah berikutnya adalah mengumpulkan informasi, menganalisis data, dan menentukan faktor-faktor yang berkaitan dengan masalah yang memecahkannya dengan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan. Penelitian dengan demikian meliputi proses penyelidikan, investigasi, pengujian dan eksperimen. Proses ini harus dilakukan secara sistematis, tekun, kritis, efektif dan logis. Hasil akhir yang diharapkan akan menjadi penemuan yang dapat membantu manajer menghadapi situasi masalah.

Perbedaan antara manajer yang menggunakan akal sehat untuk menganalisis dan membuat keputusan, dengan peneliti yang menggunakan metode ilmiah, bahwa peneliti melakukan penyelidikan sistematis ke dalam persoalan dan kemudian mendeskripsikan, menjelaskan, atau memprediksikan fenomena berdasarkan data yang dikumpulkan secara hati-hati sesuai tujuan.

Definisi Penelitian

Penelitian bisnis merupakan investigasi atau penyelidikan yang terorganisasi, sistematis, ter-*database*, kritis, obyektif terhadap masalah khusus, dilakukan dengan tujuan untuk menemukan jawaban atau solusi.

Penelitian dan Manajer

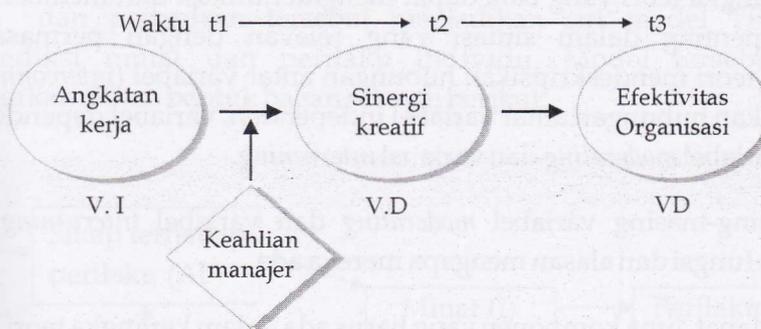
Dalam bisnis, penelitian biasanya dilakukan untuk memecahkan isu problematis, atau area-area bisnis yang saling berkaitan yaitu area akuntansi, keuangan, manajemen, dan pemasaran. Dalam area akuntansi, yang biasanya diteliti antara lain adalah sistem, prosedur, dan praktek pengendalian anggaran, metode *costing* persediaan; depresiasi, dan metode pajak. Dalam area keuangan yang diteliti antara lain tentang rasio optimal keuangan, merjer, dan akuisisi, *leverage buyouts*, penghasilan yang diperoleh dari hipotek dan perilaku saham. Penelitian manajemen dapat mencakup studi tentang sikap dan perilaku karyawan, manajemen sumber daya manusia, dampak perubahan demografi terhadap praktek manajemen dan sistem informasi. Penelitian pemasaran mengarah pada isu-isu yang berkaitan dengan citra produk, iklan, promosi, penjualan, distribusi, pengemasan, dan pengembangan produk baru.

Penelitian seharusnya tidak hanya menghubungkan sub area yang satu dengan yang lain yang berada dalam satu sistem tertentu, tetapi juga menginvestigasinya dalam konteks lingkungan eksternal yang dihadapi bisnis. Sebagai contoh, faktor ekonomi, politik, demografi, teknologi, persaingan dapat mempengaruhi kedinamisan perusahaan.

TIPE PENELITIAN BISNIS: TERAPAN DAN MURNI

Penelitian dapat dilakukan untuk dua tujuan yang berbeda. Tujuan pertama adalah untuk memecahkan masalah yang dihadapi manajer dalam setting kerja, menuntut solusi yang tepat waktu. Sebagai contoh, sebuah produk tertentu mungkin kurang laku dan manajer ingin menemukan alasan untuk masalah ini dengan tujuan untuk mengambil tindakan perbaikan. Penelitian semacam ini disebut penelitian terapan. Tujuan yang kedua adalah untuk menghasilkan kerangka pengetahuan dengan mencoba untuk memahami bagaimana problem tertentu yang terjadi di organisasi dapat dipecahkan. Penelitian ini disebut penelitian fundamental atau penelitian

Gambar 5.5 Diagram hubungan variabel independen, intervening, moderating, dan dependen



KERANGKA TEORITIS

Kerangka teori merupakan landasan keseluruhan penelitian. Kerangka teori mengembangkan, mendeskripsikan dan menguraikan keseluruhan hubungan antara variabel yang relevan dengan situasi masalah dan yang telah diidentifikasi melalui proses, seperti wawancara, observasi dan studi literatur. Pengalaman dan intuisi juga memandu pengembangan kerangka teori.

Untuk menemukan solusi suatu permasalahan, seseorang harus mengidentifikasi permasalahan, lalu mengidentifikasi variabel berkontribusi pada masalah tersebut. Setelah mengidentifikasi variabel yang sesuai, langkah selanjutnya adalah menguraikan hubungan antar variabel, sehingga hipotesis yang relevan dapat dikembangkan dan diuji.

Survei literatur menyediakan landasan kuat (solid) untuk mengembangkan kerangka teori. Survei literatur mengidentifikasi variabel yang penting yang ditemukan pada penelitian sebelumnya. Kerangka teori menguraikan hubungan antar variabel, menjelaskan teori yang mendasari hubungan ini, dan mendeskripsikan sifat dan arah hubungan. Jadi survey literatur merupakan tahap yang dibutuhkan untuk menyusun kerangka teoritis yang memberikan dasar logika untuk mengembangkan hipotesis yang akan diuji.

Komponen dan Kerangka Teoris

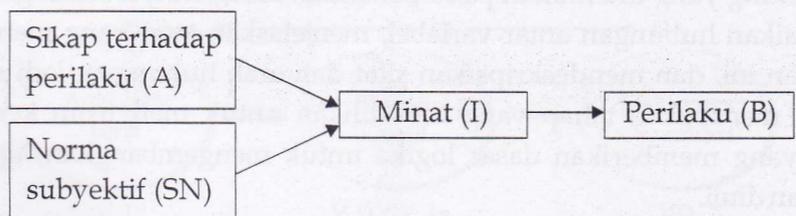
Kerangka teori yang baik dapat mengidentifikasi dan memberi nama variabel penting dalam situasi yang relevan dengan permasalahan. Kerangka teori mendeskripsikan hubungan antar variabel (*interconnection*). Menguraikan hubungan antar variabel independen, variabel dependen, dan jika ada variabel *moderating* dan variabel *intervening*.

Masing-masing variabel *moderating* dan variabel *intervening* harus dijelaskan fungsi dan alasan mengapa mereka ada.

Terdapat lima komponen yang harus ada dalam kerangka teori, antara lain:

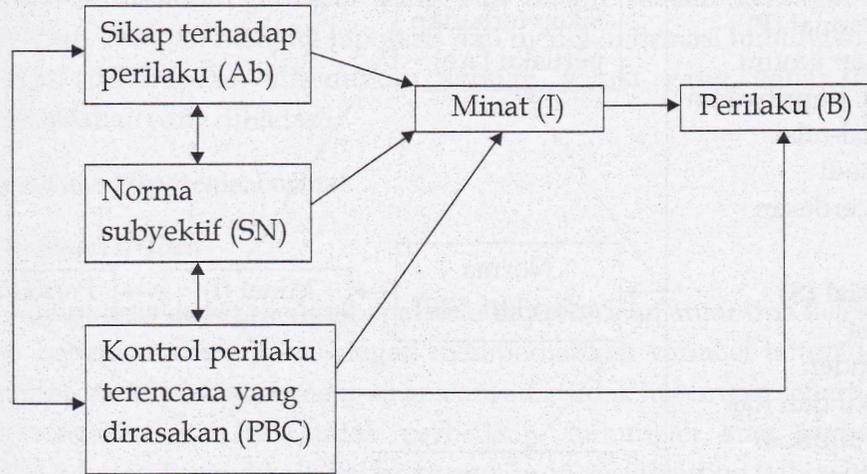
1. Variabel yang relevan dengan penelitian harus diidentifikasi dan diberi nama dengan jelas dalam pembahasan.
2. Pembahasan harus menyatakan bagaimana hubungan dua atau lebih variabel berkaitan satu sama lain.
3. Jika sifat dan arah hubungan dapat dibentuk teorinya berdasar temuan penelitian sebelumnya, maka dalam pembahasan harus ditunjukkan apakah hubungannya positif atau negatif.
4. Harus ada penjelasan mengapa kita memprediksi hubungan tertentu akan terjadi. Argumentasi harus dikemukakan dari penemuan penelitian sebelumnya.
5. Harus dibuat diagram skematis kerangka teori sehingga dapat pembaca dapat melihat dan mengerti hubungan teori yang mudah.

Hubungan minat dan perilaku ini oleh Fishbein dan Ajzen (1975) selanjutnya dikaji dalam suatu teori yang dinamakan dengan *Theory of Reasoned Action* atau TRA. Model TRA tersebut secara diagramatis dapat digambarkan seperti dibawah ini:



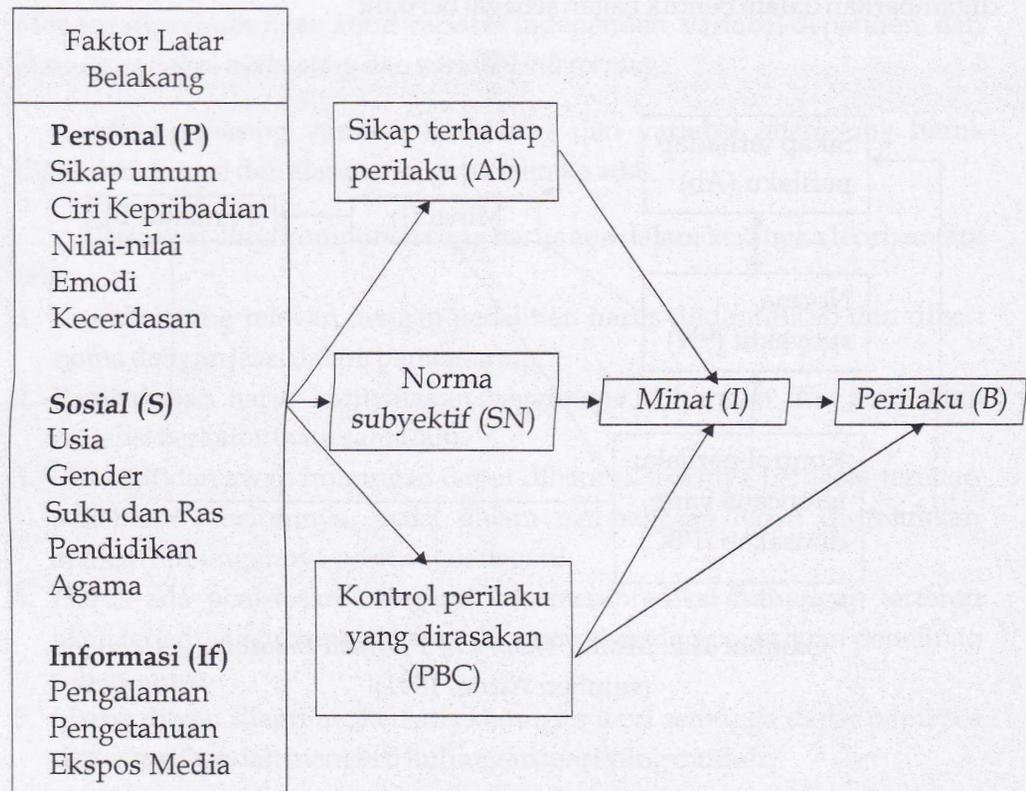
Gambar II.1. Model *Theory of Reasoned Action*
(sumber: Fishbein dan Ajzen, 1975)

Perbedaan penting antara TRA dan TPB adalah adanya tambahan faktor persepsi individu atas kontrol berperilaku (*perceived behavioral control*) dan perbedaan tersebut menjadikan ciri model TPB dalam memprediksi minat dan perilaku individu. Model tersebut dapat digambarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut:



Gambar II.2. Model *Theory of Planned Behavior*
(sumber: Ajzen, 1991)

Secara pragmatis, bagian alur *modified theory of planned behavior* dari Ajzen (2005) disampaikan dalam bentuk gambar sebagai berikut:



Gambar II.3. *Modified Theory of Planned Behavior*
(sumber: Ajzen, 1975)

5. Apa harapan saudara terhadap kesejahteraan yang mestinya diterima oleh pegawai?

Pertanyaan 5.

Item pertanyaan evaluasi kinerja

1. Bagaimana mekanisme yang digunakan dalam melakukan evaluasi kinerja pegawai di rumah sakit Sehat?
2. Sejauh mana pengaruh evaluasi kinerja terhadap kinerja pegawai di rumah sakit Sehat?
3. Apa saja manfaat penilaian kinerja terhadap pengambilan keputusan manajemen sumber daya manusia?
4. Apakah saudara pernah mendapatkan penghargaan karena telah mencapai prestasi tertentu?

Pertanyaan 6.

Item pertanyaan fungsi manajemen karir

1. Sejauh mana dukungan manajemen terhadap pengembangan karir pegawai?
2. Bagaimana pola karir yang direncanakan di rumah sakit Sehat?
3. Apakah manajemen rumah sakit memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memilih jalur karir yang sesuai?
4. Apa saja dampak yang diperoleh dari manajemen karir yang diterapkan di rumah sakit Sehat?
5. Apa yang anda harapkan terhadap pola karir yang diterapkan di RS Sehat?

Pertanyaan 7.

Item pertanyaan Keselamatan dan Kesehatan Kerja

1. Bagaimana kebijakan manajemen terhadap keselamatan dan kesehatan kerja?
2. Upaya apa saja yang dilakukan manajemen rumah sakit untuk mengimplementasikan keselamatan dan kesehatan kerja?
3. Bagaimana langkah langkah manajemen bila terjadi kecelakaan kerja?
4. Apa harapan pegawai terhadap upaya keselamatan dan kesehatan kerja?

MINAT BELI PRODUK HALAL

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Jumlah penduduk muslim di dunia pada tahun 2014 sekitar 2,038 milyar orang, atau 28,26% dari populasi penduduk dunia saat itu, sekitar 7,152 milyar (Anonim, 2015). Penyebaran penduduk muslim di dunia berdasarkan data tersebut adalah di Afrika sebanyak 581,58 juta, Asia 1.389,5 juta, Eropa 56,18 juta, Amerika Utara 8,04 juta, Amerika Selatan 2,07 juta dan Oseania 1,77 juta. Sedangkan jumlah penduduk muslim di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2014, tercatat sebanyak 207.176.162 orang atau 87,18% dan merupakan porsi yang paling besar dibandingkan dengan pemeluk agama lain.

Produk dengan jaminan halal merupakan persyaratan pertama untuk dapat diterima dengan baik oleh konsumen muslim (Riaz, 2004). Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Kotler dan Keller, 2012). Salah satu jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen muslim adalah daging. Dst...

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada latar belakang masalah, bahwa untuk memprediksi sikap daging halal konsumen dengan menggunakan variabel kesadaran daging halal, kepercayaan kepada penjual daging, dan variabel ekstrinsik produk daging. Kemudian minat beli daging halal diprediksi dengan menggunakan variabel sikap daging halal, norma subyektif dan kontrol perilaku terencana tidak ada hambatan sekitar.

Dengan mempertimbangkan yang diuraikan pada latar belakang masalah dan awal bagian ini maka dikemukakan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah sikap daging halal memiliki pengaruh terhadap minat belinya?
- b. Apakah kesadaran daging halal memiliki pengaruh terhadap sikap daging halal?
- c. Dst....

3. Tujuan

Tujuan umum penelitian ini adalah menguji dan menjelaskan secara empiris model minat membeli daging halal, dengan faktor-faktor yang diduga mempunyai pengaruh. Secara khusus, tujuannya adalah menguji pengaruh variabel prediktor yang diteliti terhadap minat beli daging halal. Model yang digunakan terdiri atas variabel kesadaran terhadap daging halal, kepercayaan terhadap penjual dan atribut ekstrinsik produk untuk memprediksi sikap daging halal. Dst....

4. Manfaat atau Kontribusi Hasil Penelitian

Aspek teoritis, penelitian ini secara teoritis diharapkan akan memberikan sumbangan yang berupa sebuah model yang dapat dijadikan alternatif untuk memprediksi minat belikonsumen muslim terhadap daging halal, dst...

Aspek praktis, secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk pembinaan, pengawasan kepada para pelaku usaha di bidang penyediaan dan pengadaan daging halal, dst....

B. KAJIAN PUSTAKA

Pemaparan kajian pustaka dalam penelitian ini dibatasi pada 3 hal, yaitu tinjauan pustaka dan perkembangan Teori Perilaku Modifikasi (Modified Theory of Planned Behavior), beberapa hasil penelitian oleh para peneliti terdahulu dan kesenjangan penelitian. Penjelasan dan uraian seperlunya untuk masing-masing disampaikan secara nerurutan sebagai berikut ini

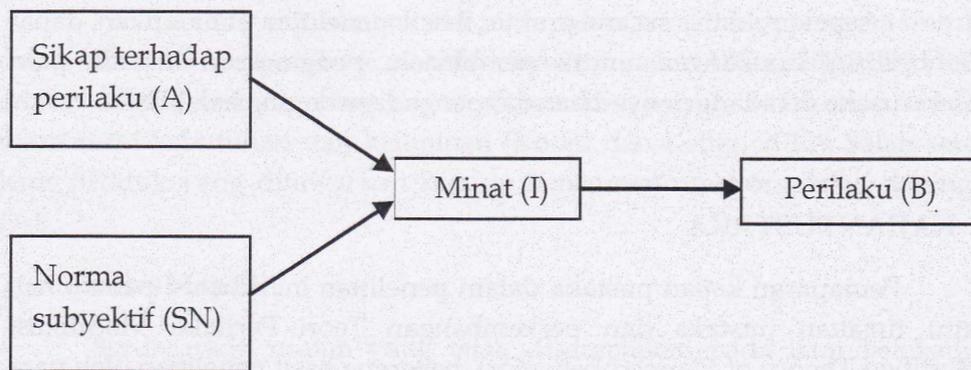
1. Tinjauan dan Perkembangan Teori Perilaku Terencana Modifikasi (Modified Theory of Planned Behavior)

Penelitian ini menggunakan teori dasar Modified Theory of Planned Behavior (MTPB). MTPB merupakan perkembangan Theory of Reasoned Action (TRA) dari Fishbein dan Azjen. Dst...

a. Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) mulai dikembangkan oleh Icek Ajzen dan dan Martin Fishbein pada thun 1967. Teori ini semula merupakan suatu penelitian tentang sikap dengan pendekatan Expectancy Value Models. Dst...

Pengukuran terhadap minat ini akan bermanfaat untuk memprediksi tingkah laku, terutama untuk penelitian yang kemungkinannya sulit untuk mengukur tingkah laku aktual secara langsung dengan berbagai alasan, misalnya perilaku melakukan percobaan pembakaran rumah. Berdasarkan hasil -hasil penelitian para ahli dan telah diuji, bahwa minat merupakan prediktor yang baik terhadap tingkah laku. Ini artinya kalau peneliti ingin mengetahui apa yang akan dilakukan oleh seseorang, maka secara mudah dapat menanyakan kepada orang yang bersangkutan apakah dia berminat atau tidak untuk tindakan atau perilaku tersebut. Hubungan minat dan perilaku ini oleh Fishbein dan Ajzen (1975) selanjutnya dikaji dalam suatu teori yang dinamakan dengan Theory of Reasoned Action atau TRA. Model TRA tersebut secara diagframatis dapat digambarkan seperti di bawah ini :

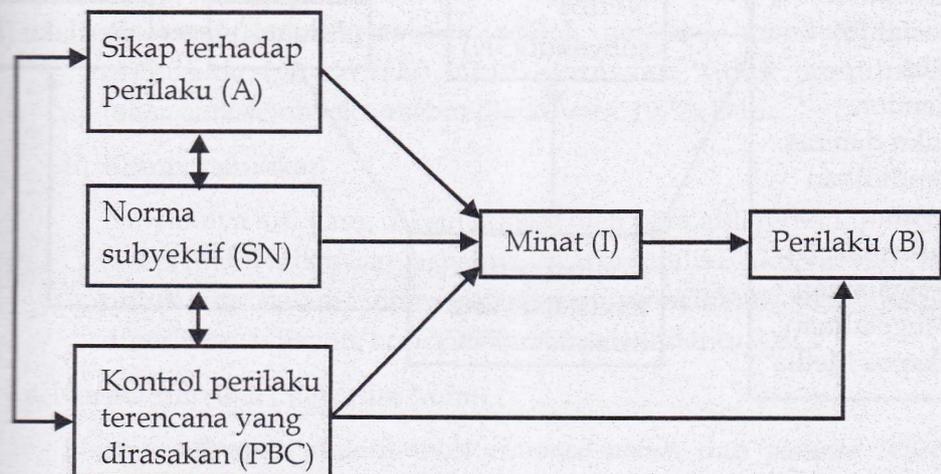


Gambar : Model Theory of Reasoned Action
(Sumber : Fishbein dan Ajzen, 1975)

TRA telah memberikan beberapa bukti ilmiah, bahwa minat untuk berperilaku dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu sikap dan norma subyektif. Beberapa penelitian di bidang sosial telah dapat membuktikan bahwa TRA merupakan teori yang cukup memadai dalam memprediksi bahwa TRA merupakan teori yang cukup memadai dalam memprediksi tingkah laku.

b. Theory of Planned Behavior (TPB)

Seperti yang telah disebutkan di muka bahwa Theory of Planned Behavior (TPB) berawal dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang salah satu kelebihan yang dimiliki adalah sifat sederhana (parsimoni) dan keluwesannya sehingga telah banyak dimanfaatkan untuk pendekatan penelitian di berbagai bidang ilmu sosial, dan menjadikan Theory of Planned Behavior (TPB), merupakan salah satu teori sikap yang banyak dipakai untuk studi dalam berbagai ragam perilaku (Hidayat, 2010). Sudah banyak studi atau penelitian-penelitian sikap dan perilaku di bidang psikologi, ekonomi, pemasaran, sosiologi, teknologi informasi yang menggunakan dasar TPB (Sihombing, 2004). Perbedaan penting antara TRA dan TPB adalah adanya tambahan faktor persepsi individu atas kontrol kperilakuan (perceived behavioral control), dan perbedaan tersebut menjadikan ciri model TPB dalam memprediksi minat dan perilaku individu. Model tersebut dapat digambarkan dalam bentuk sebagai berikut.

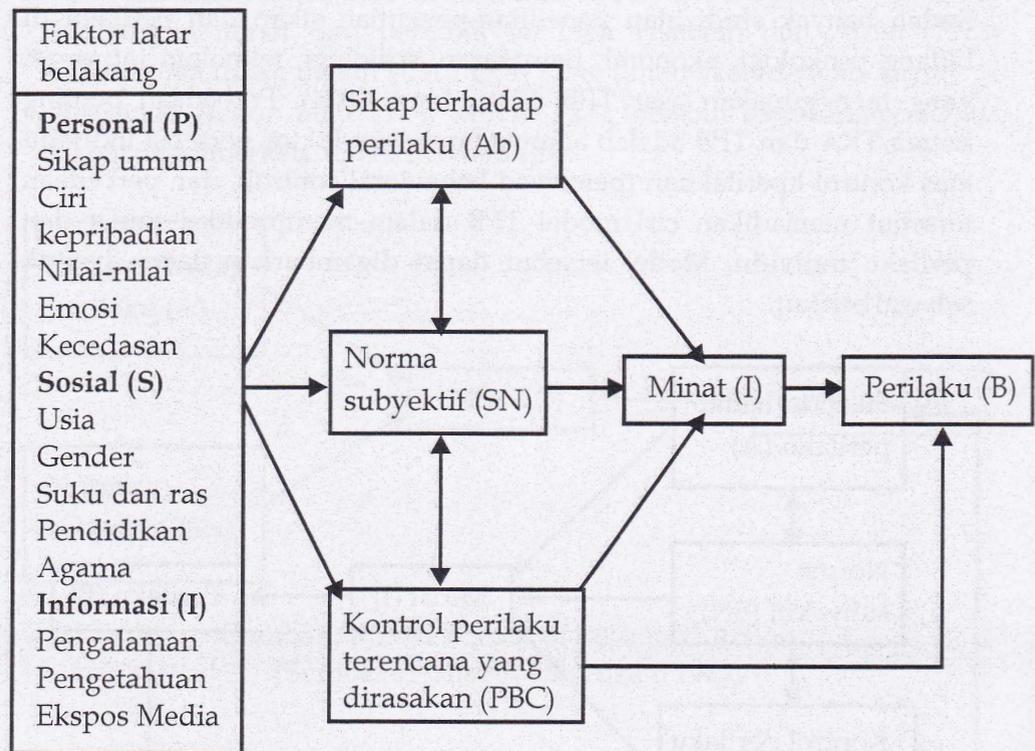


Gambar : Theory of Planned Behavior (Sumber : Ajzen, 1991)

c. Modified Theory Of Planned Behavior (Modified of TPB)

Untuk memprediksi minat dan perilaku berdasarkan Modified Theory Of Planned Behavior variabel utamanya adalah sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku seseorang yang berlandaskan atas dasar kepercayaan (belief) yang menyertai pada setiap variabel. Faktor yang utama tersebut tidak terjadi dengan sendirinya tetapi dimungkinkan ada beberapa variabel lain yang menjadi pendahulu (antecedent) kepervayaan individu yang berupa faktor latar belakang (Ajzen, 2005).

Faktor latar belakang ini dibagi menjadi tiga (3) kelompok, yaitu personal, sosial dan informasi. Secara diafragmatis, bagian alur modified theory of palnned behavior dari Ajzen (2005) disampaikan dalam bentuk gambar sebagai berikut.



Gambar : Modified Theory Of Planned Behavior (Ajzen, 2005)

4. Definisi Beberapa Variabel dalam TRA, TPB dan MTPB

1. Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*)

Perilaku manusia adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia dan perubahan dalam materi atau non materi yang disebabkan langsung oleh manusia (Bagozi, 1981); Fishbein dan Ajzen, 1975). Perilaku manusia jenisnya bermacam-macam, ada yang bersifat spontan, seperti kebiasaan hidup, pembelian impulsif yang tanpa ada rencana sebelumnya sampai dengan pembelian yang memerlukan perencanaan bertahap. Pihak yang memerlukan produk untuk tujuan konsumsi atau menggunakan untuk suatu tujuan tertentu disebut konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Dst...

2. Minat (*Intention*)

"We have defined intention as a person's location on a subjective probability dimension involving a relation between himself and an action. Behavioral intention, therefore, refers to a person's subjective probability that he will perform some behavioral" (Fishbein dan Ajzen, 1975). Dst...

3. Sikap (*Attitude*)

a) Definisi Sikap

Beberapa definisi sikap menurut para ahli antara lain dikemukakan di bawah ini. Menurut kelompok ahli psikologi pengukuran:

Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau raksi perasaan, sikap seseorang terhadap obyek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favourable*) atau perasaan tidak mendukung (*unfavourable*) obyek tersebut (Berkowitz, 1972). Dst...

b) Komponen Sikap

Banyaknya arti yang dikemukakan oleh para ahli terhadap definisi sikap, memberikan sinyal bahwa sikap memiliki cakupan yang luas, untuk itu dalam mempelajari dan memahami sikap kadang diperlukan wilayah, koridor atau domain tertentu. Dst...

4. Norma Subyektif (*Subjective Norm*)

Norma subyektif dalam teori *reasoned action* dan *planned behavior* maupun *modified theory of planned behavior* adalah salah satu variabel yang mempunyai pengaruh terhadap minat. Dst...

5. Persepsi Kontrol Perilaku Terencana (Perceived Behavioral Control/PBC)

Persepsi kontrol perilaku terencana (Perceived Behavioral Control/PBC) adalah persepsi seseorang tentang kesulitan atau kemudahan melaksanakan perilaku, berdasarkan kepada pengalaman sebelumnya atau hambatan yang diantisipasi dalam melaksanakan perilaku tertentu (Feldman, 1995). Dst...

6. Faktor Latar Belakang

Latar belakang merupakan sesuatu yang dapat membentuk keadaan seseorang untuk bersikap, mengikuti apa yang disarankan ataupun berhubungan dengan sesuatu menjadi lebih mudah atau sulit untuk berperilaku (Ajzen, 2005).

C. MODEL KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam rangka menyusun model konseptual penelitian melalui studi literatur, peneliti merasa perlu untuk melengkapi dan memperlebar tambahan pengetahuan dan informasi tentang minat beli daging halal konsumen muslim melalui Focus Group Discussion (FGD).

1. Focus Group Discussion (FGD)

Forum diskusi yang difokuskan untuk menggali masalah daging halal. Diskusi ini bukan merupakan media untuk berdebat atau memecahkan suatu permasalahan. Diskusi ditujukan untuk melakukan studi pendahuluan, penjajagan dan mencari informasi tertentu. Pendapat dari peserta diskusi selanjutnya dirangkum dan dipelajari untuk dicari modus yang paling banyak (sering muncul) tentang pendapat mengenai permasalahan yang dibahas dalam diskusi.

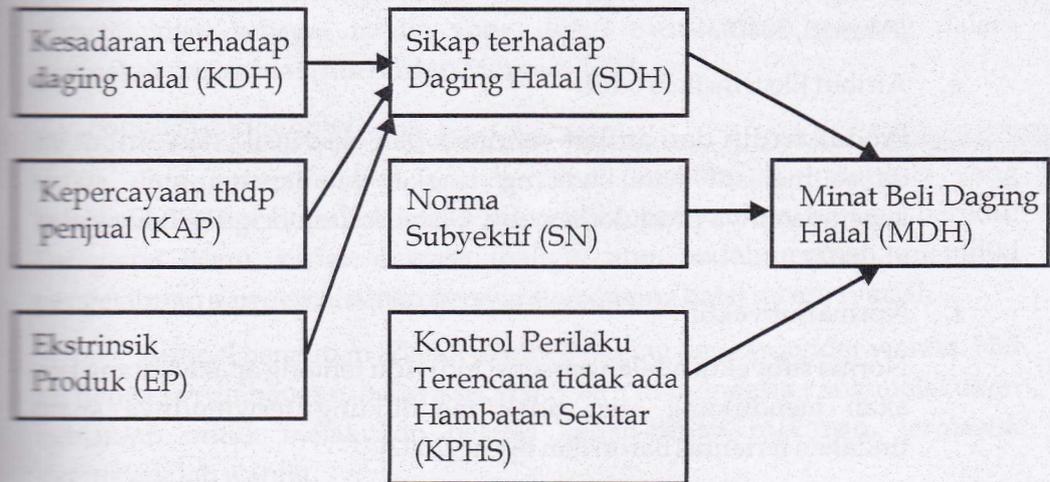
2. Konsep Daging Halal

Kata halal menurut bahasa berarti "lepas" atau "tidak terikat". Sesuatu yang halal adalah yang terlepas dari bahaya duniawi dan ukhrawi.

3. Model Konseptual

Setelah melakukan studi literatur dan mempertimbangkan teori yang sesuai dan dapat menjelaskan tema penelitian tentang minat beli daging halal, peneliti menggunakan Modified Theory of Planned Behavior (MTPB) dari Ajzen (2005).

Dari proses pemikiran lalu menghasilkan sebuah model penelitian sebagai berikut:



Gambar. Model Konseptual

Sumber : Azjen 2005 yang sudah dimodifikasi dan pengembangan

4. Pengembangan Hipotesis

a. Minat Membeli

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan model penelitian, melakukan prediksi dan menjelaskan faktor yang mempunyai pengaruh terhadap minat beli daging halal bagi konsumen muslim secara empiris.

b. Sikap Terhadap Daging Halal

Penelitian yang memprediksi minat berperilaku berdasarkan sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku merupakan salah satu model penelitian yang sudah banyak dilakukan.

c. Kesadaran Konsumen Terhadap Daging Halal

Kesadaran adalah keadaan tahu, mengerti dan merasa ada keinsyafan. Sadar dalam bahasa Inggris adalah awareness atau consciousness.

d. Kepercayaan Kepada Penjual

Kepercayaan adalah keadaan bagi seseorang yang menganggap (mengakui, dan yakin/belief) memang benar keberadaannya (Ahmad, 2010).

e. Atribut Ekstrinsik Produk

Produk terdiri dari atribut intrinsik dan ekstrinsik, dan atribut ini dapat menjadi (cue) tentang tingkat kualitasnya atau status keberadaannya produk (Jacooby, Olson & Haddock, 1971; Espejel et al, 2007).

f. Norma Subyektif

Norma subyektif adalah persepsi individu tentang apakah orang lain akan mendukung atau tidak mendukung terwujudnya suatu tindakan tertentu (Baron dan Byrne, 2002).

g. Persepsi Kontrol Keperilakuan

Persepsi kontrol keperilakuan (perceived Behavioral Control) adalah persepsi seseorang tentang kesulitan atau kemudahan dalam melaksanakan perilaku, berdasarkan kepada pengalaman sebelumnya atau hambatan yang diantisipasi dalam melaksanakan perilaku tertentu (Feldman, 1995).

D. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan, menjelaskan (explanatory) dan melakukan pengujian tentang model minat beli daging halal bagi konsumen Muslim Indonesia. Penelitian dilakukan dengan survei di lapangan kepada pembeli potensial dan riil daging. Selanjutnya, bab ini menjelaskan metode penelitian yang terdiri dari paradigma, populasi, sampel, unit analisis, jenis dan sumber data, teknis dan alat untuk mengumpulkan data dan analisis data. Uraian lebih lanjut hal tersebut disampaikan pada sub bab berikut ini.

1. Paradigma

Penelitian dilakukan untuk melakukan pengujian dan menjelaskan terhadap model minat membeli daging halal bagi konsumen muslim di Indonesia. Model merupakan gambaran untuk menyederhanakan realita.

Muslim adalah istilah yang dipergunakan untuk menyebut para pemeluk agama Islam.

Penelitian ini menggunakan paradigma fungsionalisme (functionalist) sebagai media yang dapat memberikan payung dalam perspektif secara luas (Burrell dan Morgan, 1979).

2. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah semua muslim di Indonesia yang membeli daging. Populasi harus memenuhi persyaratan sebagai berikut: Beragama Islam, sudah dewasa (baligh) atau sudah menikah, memiliki pengetahuan dan pemahaman persyaratan daging halal secara syariah.

Sampel penelitian adalah pembeli daging dengan jender wanita. Hal ini dengan pertimbangan, bahwa secara umum di Indonesia yang melakukan kebiasaan untuk melakukan belanja bahan-bahan makanan, termasuk daging adalah wanita.

3. Data Penelitian

a. Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan survei kepada responden di 3 wilayah yang dijadikan sasaran dan target sampel penelitian oleh petugas pengumpul data (asisten). Dalam proses pengumpulan data ini peneliti dibantu 3 orang asisten pengumpul data.

b. Unit Analisis dan Jenis Data

Unit analisis adalah responden individual. Data penelitian merupakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari sumber obyek yang diteliti, yaitu individu sebagai responden.

c. Sumber Data

Data bersumber dan diperoleh langsung dari para responden mengenai hal-hal yang disampaikan dalam daftar pertanyaan.

4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian dibedakan menjadi variabel eksogen (bebas) dan variabel endogen (tergantung). Variabel mempunyai nilai yang bervariasi dan terdiri dari beberapa indikator (Mustafa, 2009). Definisi operasional dan indikator untuk mengukur variabel tersebut. Masing-masing adalah sebagai berikut:

- a. Kesadaran terhadap daging ayam halal (Awareness of halal meat chicken)
- b. Kepercayaan Penjual (Sales Trust)
- c. Ekstrinsik Produk (Extrinsic Product)
- d. Norma Subyektif (Subjective Norm)
- e. Kontrol perilaku terencana yang dirasakan (Perceived Behavioral Control)
- f. Sikap keyakinan (Attitude Belief) terhadap daging halal
- g. Minat Beli (Purchoses Intention)
- h. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran
- i. Analisis Data