

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek/Subjek Penelitian

1. Objek

Objek penelitian merupakan sasaran yang akan digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu dari suatu penelitian.

Objek dari penelitian ini adalah produk Mie Samyang berlogo Halal MUI yang di produksi oleh Samyang Foods Inc.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah satu anggota dari sampel. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen produk Mie Samyang yang diproduksi oleh Samyang Foods Inc. dan didistribusikan oleh PT. Korinus.

B. Jenis Data.

Data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer. Menurut Sekaran (2017) bahwa data primer mengacu pada informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Data tersebut diperoleh dari 131 responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria seleksi tertentu.

C. Teknik Pengambilan Sampel.

Teknik pengambilan sampel (*sampling*) merupakan proses bagaimana memilih jumlah elemen yang cukup dari sebuah populasi. Kondisi di mana belum diketahuinya jumlah populasi dari penelitian ini yang kemudian

menyebabkan sulitnya untuk menentukan jumlah sampel yang sesuai, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan *nonprobability sampling* tepatnya *purposive sampling* atau pemilihan sampel yang didasarkan pada pertimbangan subjektif peneliti karena sampel dianggap mampu memberikan informasi yang diinginkan dan memenuhi beberapa kriteria yang telah ditetapkan peneliti (Sekaran, 2017). Pada penelitian ini kriteria yang dimaksud dalam penggunaan teknik *purposive sampling* yaitu :

1. Responden beragama Islam
2. Responden telah menetap atau tinggal di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta minimal 6 bulan.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 131 responden, berdasarkan model estimasi menggunakan *Maximum Likelihood* (ML) yaitu minimum diperlukan 100 sampel, oleh karena itu direkomendasikan bahwa ukuran sampel antara 100-200 untuk dapat menggunakan metode estimasi ML (Ghozali, 2016).

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu berupa *survey* dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Mie Samyang di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang efisien jika peneliti ingin mengetahui respon terhadap variabel yang akan diukur dan mengerti apa yang akan didapatkan dari responden. Skala

pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala Likert yang didesain untuk menelaah seberapa kuat subyek setuju atau tidak setuju berdasarkan pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti (Sekaran, 2017).

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sekaran (2017) bahwa variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel eksogen, variable endogen dan variabel intervening. Variabel eksogen pada penelitian ini yaitu pengetahuan produk dan norma religius (X), variabel endogennya adalah niat beli produk (Y), sedangkan variabel intervening yang digunakan yaitu sikap konsumen terhadap produk. Adapun definisi variabel beserta indikator pada penelitian ini yaitu :

1. Variabel eksogen (variabel bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif maupun secara negatif. Apabila dalam suatu penelitian terdapat variabel bebas maka variabel terikat juga hadir dan jika terdapat perubahan baik penurunan maupun kenaikan pada variabel bebas maka terdapat pula penurunan maupun kenaikan pada variabel terikat. Adapun variabel bebas pada penelitian ini yaitu :

a. Variabel Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk merupakan informasi yang berfungsi untuk mengidentifikasi tentang kelengkapan atribut atau karakteristik suatu

produk, konsekuensi keuntungan dari penggunaan produk, dan pencapaian nilai konsumen atas produk (Peter & Olson, 2014). Konsumen dapat mengkombinasikan tiga jenis pengetahuan produk membentuk jaringan asosiatif yang disebut rantai-alat-tujuan, yaitu alat yang menghubungkan pengetahuan konsumen mengenai atribut produk dengan pengetahuan mengenai konsekuensi dan nilai.

Produk Mie Samyang merupakan produk yang mencantumkan beberapa karakteristik produknya agar dapat diidentifikasi oleh konsumen termasuk mencantumkan label halal pada kemasannya. Adapun beberapa indikator mengenai pengetahuan produk yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian Variabel Pengetahuan Produk

Variabel Penelitian	Indikator	Butir Pertanyaan	Sumber	Skala Likert
Pengetahuan Produk	Wawasan mutu produk	1	Kussujani atun (2011)	1-5
	Wawasan keamanan produk	2		
	Mengetahui kandungan produk	3		
	Penggalian informasi produk halal	4		

b. Variabel Norma Religius

Norma religius mengandung sekumpulan nilai dan kepercayaan yang berupa aturan-aturan yang dapat digunakan seseorang sebagai

panduan dalam melaksanakan aktivitas. Hal ini dapat diwujudkan dengan cara membuat produk-produk yang sesuai dengan nilai agama tertentu seperti contohnya adalah menggunakan label halal (Schiffman & Kanuk, 2010). Produk yang sesuai nilai-nilai seorang Muslim adalah produk halal contohnya yaitu pada produk Mie Samyang yang telah memperoleh sertifikasi halal dari MUI pada tanggal 28 September 2017.

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian Variabel Norma Religius

Variabel Penelitian	Indikator	Butir Pertanyaan	Sumber	Skala Likert
Nilai Religius	Disiplin syariah	1	Bonne & Verbeke (2007)	1-5
	Ketaatan akidah	2		
	Lingkungan sosial religius	3		
	Wawasan akidah	4		

2. Variabel endogen (variabel terikat)

Variabel endogen atau terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan utama peneliti yaitu untuk memahami dan mendeskripsikan variabel terikat, atau menjelaskan variabilitasnya, serta menprediksinya (Sekaran, 2017). Adapun variabel terikat pada penelitian ini yaitu :

a. Variabel niat beli konsumen

Niat merupakan sebuah konsekuensi perilaku yang tercermin dari hasil interpretasi stimulus baik itu mengenai pengetahuan norma hingga sikap yang dihasilkan atas suatu produk. Konsumen yang memiliki pengetahuan memadai tentang produk serta patuh akan norma-norma religius dalam agamanya dapat dilihat dari sikap pada saat melakukan suatu kegiatan termasuk dalam proses membeli produk.

Produk halal yang dimaksud yaitu Mie Samyang, sehingga melalui paham mengenai kehalalan produk Mie Samyang dan ketaatan pada norma-norma religius akan mencerminkan sikap seorang konsumen dalam melakukan pembelian dan secara langsung akan mencerminkan niat pembelian pada produk halal tersebut.

Tabel 3.3
Instrumen Penelitian Variabel Niat Beli Konsumen

Variabel Penelitian	Indikator	Butir Pertanyaan	Sumber	Skala Likert
Niat Mengkonsumsi Produk Makanan Halal	Selalu ingin membeli produk halal	1	Yuhanis & Chok Nyen (2013)	1-5
	Bersedia menunggu untuk produk halal	2		
	Bersedia mengeluarkan biaya tambahan	3		
	Niat merekomendasi	4		

3. Variabel intervening

Sikap merupakan evaluasi secara menyeluruh yang dilakukan oleh seseorang terhadap suatu konsep tertentu, yang mana evaluasi tersebut dapat diciptakan baik dalam sistem afektif maupun kognitif seseorang (Peter & Olson, 2014). Seorang Muslim sudah seharusnya memiliki sikap yang sesuai dengan tuntunannya yaitu *Al-Quran* dan *Hadist* dalam berbagai aspek termasuk dalam proses pembelian produk. Proses evaluasi melalui sistem kognitif seseorang terhadap produk Mie Samyang yang merupakan produk halal akan kemudian mempengaruhi sikapnya pada pembelian produk tersebut.

Tabel 3.4
Instrumen Penelitian Variabel Sikap Konsumen

Variabel Penelitian	Indikator	Butir Pertanyaan	Sumber	Skala Likert
Sikap Konsumen Terhadap Kehalalan Produk	Kepuasan	1	Rahim (2012)	1-5
	Kesan positif	2		
	Senang membeli	3		
	Persepsi kehalalan	4		

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Uji kualitas data merupakan pengujian yang dilakukan untuk memastikan agar data yang diperoleh dalam kondisi baik dan berkualitas sehingga akan menghasilkan hasil yang baik setelah data diolah dan kemudian diinterpretasikan. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji

kualitas instrumen yang akan digunakan. Adapun penjelasan dalam pengujian kualitas instrumen yaitu sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini yaitu menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Menurut Ghazali (2016) bahwa analisis konfirmatori didesain untuk menguji multidimensionalitas suatu konstruk teoritis. Variabel laten yang akan kemudian digunakan dalam suatu penelitian akan dibentuk berdasarkan konsep teoritis dengan beberapa indikator atau manifest. Indikator pertanyaan dapat dikatakan valid jika nilai *loading factor*-nya $> 0,5$ yang dilihat dari *standardized regression wights*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana pengukuran suatu variabel tanpa menghasilkan bias (tanpa kesalahan), pengujian tersebut diperlukan untuk mengukur konsistensi penggunaan instrumen penelitian (Sekaran, 2017). Hasil yang diperoleh kemudian akan dibandingkan dengan pertanyaan lain. Adapun kriteria yang digunakan pada pengujian reliabilitas yaitu *Construct Reliability* (CR), instrumen penelitian dapat dikatakan *reliable* jika nilai CR $> 0,70$ atau masih berada dalam rentang 0,60 – 0,70 (Ghozali, 2016).

G. Uji Hipotesis dan Analisa Data.

Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasinya dalam rangka menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dibuat peneliti untuk mengungkap fenomena tertentu. Metode yang digunakan untuk menganalisa data haruslah tepat dan sesuai dengan pola penelitian serta variabel yang akan diteliti.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS 22. SEM merupakan model penelitian yang memungkinkan seorang peneliti untuk mengukur indikator apa saja yang digunakan pada sebuah konsep dan mengukur pengaruh atau hubungan antara faktor yang telah diidentifikasi dimensinya. Menurut Ghozali (2016) bahwa dalam SEM memerlukan tujuh tahapan dalam pengujian hipotesis penelitian dan analisis data hingga sampai pada hasil yang diinginkan. Adapun tahapan dalam pengujian hipotesis tersebut yaitu:

1. Pengembangan model yang didasarkan pada teori

Tahap pertama yaitu pengembangan model *Structural Equation Modeling* (SEM) yaitu dengan cara mencari atau membuat model baru yang didasari oleh teori-teori terdahulu. Teori-teori yang dirujuk sangat diperlukan dalam pengolahan data karena SEM tidak dapat bekerja jika dapat berlainan dengan teori empiris.

2. Mengembangkan diagram jalur

Tahapan kedua yaitu menyusun hubungan-hubungan kausalitas konstruk melalui diagram jalur. Konstruk yang akan digunakan dalam diagram jalur yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Adapun konstruk endogen dapat diprediksi oleh beberapa konstruk endogen lain, sedangkan konstruk eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

3. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural

Langkah ketiga yaitu mengembangkan diagram alur berdasarkan model teoritis kemudian mengkonversikan spesifikasi model kedalam rangkaian persamaan.

4. Memilih jenis matrik input untuk mengestimasi model yang akan digunakan

Penggunaan SEM hanya memakai data input berupa matrik varian/kovarian atau matrik korelasi. Koefisien yang diperoleh dari matrik korelasi biasanya berbentuk *standardized* unit atau sama dengan koefisien beta pada persamaan regresi yang nilainya sebesar -1.0 dan +1.0. Beberapa asumsi yang harus dipenuhi dalam pengumpulan dan pengolahan data untuk kemudian dianalisis melalui model SEM. Adapun asumsi yang harus dipenuhi yaitu :

a. Ukuran sampel

Besaran jumlah sampel akan sangat mempengaruhi hasil interpretasi SEM. *Maximum Likelihood* (ML) digunakan sebagai model

estimasi pada SEM yang besarannya minimal 100 sampel. Rekomendasi pada model estimasi ML yaitu antara 100 sampai 200 sampel yang digunakan.

b. Estimasi model

Ada beberapa program yang dapat digunakan untuk mengestimasi model yaitu program *Linear Struktural Relations* (LISREL) 9.1, program EQS 2.1, COSAM, PLS dan AMOS Ver.22. Penggunaan program dalam penelitian ini yaitu program AMOS Ver.22

5. Menilai identifikasi model struktural

Problem identifikasi yaitu pengujian apakah model penelitian mampu menghasilkan estimasi yang unik. Apabila selama proses estimasi sering ditemukan problem identifikasi maka peneliti dapat mempertimbangkan ulang model penelitiannya dan mengembangkan model tersebut pada berbagai konstruk lainnya.

6. Mengevaluasi model menggunakan kriteria *goodness-of-fit*

Penilaian model yang sesuai harus melalui tahap evaluasi berbagai kriteria *goodness-of-fit*. Langkah awalnya yaitu mengevaluasi data yang digunakan agar dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM yaitu seperti memenuhi asumsi ukuran sampel, linearitas, dan *outliers*. Kemudian dilakukan uji kesesuaian dan uji statistik. Adapun beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off value* dalam penggunaan pengujian sebuah model diterima atau tidak yaitu sebagai berikut:

a. *Chi-square*

Nilai *chi-square* yang rendah menunjukkan bahwa model yang diusulkan sesuai dengan data observasi. Dengan demikian nilai *chi-square* yang rendah maka akan menghasilkan probabilitas (p) yang lebih besar dari signifikansi, sedangkan apabila nilai *chi-square* tinggi maka konsekuensinya probabilitas (p) akan lebih kecil dari signifikansi, oleh karena itu peneliti harus memastikan penelitiannya harus memiliki nilai *chi-square* yang kecil agar model relevan dengan data di lapangan (Ghozali, 2016).

b. *The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan sebuah ukuran yang digunakan untuk memperbaiki kecenderungan *chi-square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Apabila nilai RMSEA berada di sekitar angka 0,05 hingga 0,08 maka ukuran dapat diterima. RMSEA cocok digunakan untuk menguji model konfirmatori dengan jumlah sampel yang besar (Ghozali, 2016).

c. *Goodness of Fit Indeks (GFI)*

GFI merupakan ukuran non-statistik yang nilainya berkisar antara 0 (*poor fit*) hingga 1.0 (*perfect fit*). Apabila hasil menunjukkan GFI mendekati 1 maka dapat dikatakan penelitian memiliki *fit* yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak

belum ada standarnya, namun banyak peneliti yang menganjurkan nilai diatas 90% sebagai ukuran *good fit* (Ghozali, 2016).

d. *Adjusted Goodness of Fit* (AGFI)

AGFI adalah pengembangan dari GFI yang telah disesuaikan dengan *ratio degree of freedom* untuk *proposed model* dengan *degree of freedom* untuk *null model*. Rekomendasi untuk nilai AGFI adalah sama atau > 0.90 (Ghozali, 2016).

e. CMIN/DF

Merupakan nilai *chi-square* yang dibagi dengan *degree of freedom*. Wijanto (2008) dan Haryono (2017) memberikan usulan bahwa nilai *ratio* < 3 merupakan ukuran yang *fit*.

f. *Tucker-Lewis Index* (TLI)

Tucker-Lewis Index (TLI) merupakan alat untuk mengevaluasi analisis faktor yang telah dikembangkan untuk SEM. Ukuran ini menggabungkan ukuran *parsimony* kedalam indeks komparasi antara *proposed model* dan *null model* serta nilai TLI yang berkisar 0 hingga 1.0. Nilai TLI yang direkomendasikan yaitu sama atau > 0.90 (Ghozali, 2016).

g. *Comparative Fit Index* (CFI)

Comparative Fit Index (CFI) merupakan ukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat *fit* suatu model dengan tidak terpengaruh

besaran sampel dan nilai yang direkomendasikan, sehingga model dapat dikatakan *fit* jika nilainya $> 0,90$ (Ghozali, 2016)

7. Menginterpretasi model yang digunakan.

Langkah selanjutnya ketika model sudah diestimasi dan mendapatkan nilai residual yang besar maka dapat dilakukan modifikasi model. Modifikasi model hanya dapat dilakukan jika terdapat justifikasi teori yang cukup kuat, karena SEM bukan ditujukan untuk menghasilkan teori melainkan hanya menguji model yang memiliki landasan teori yang baik dan benar.