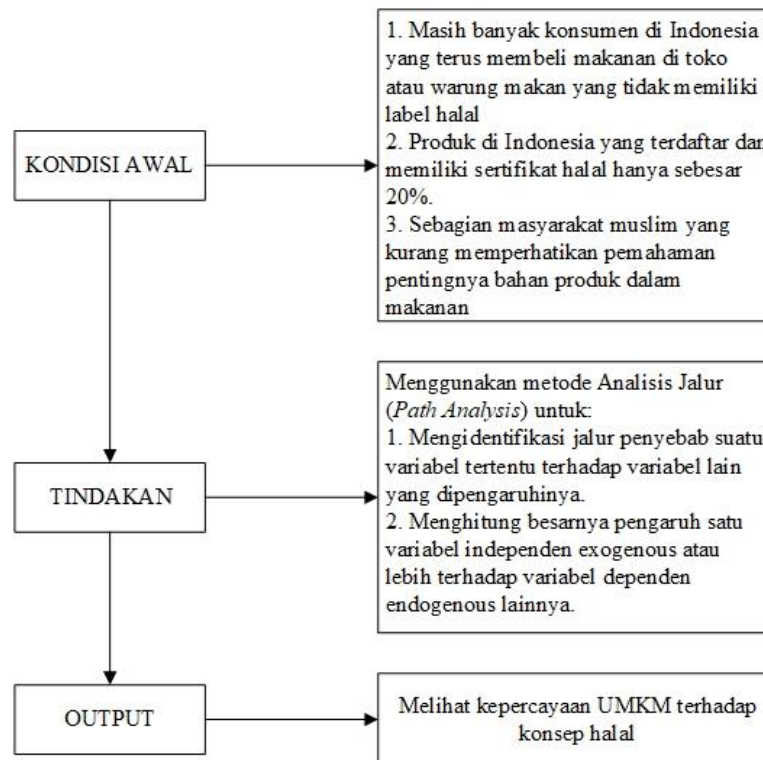


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir yaitu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Uma Sekaran:1992 dalam Sugiyono:2017). Dalam penelitian ini terdapat kerangka pemikiran yang digambarkan pada gambar 3.1.



Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran

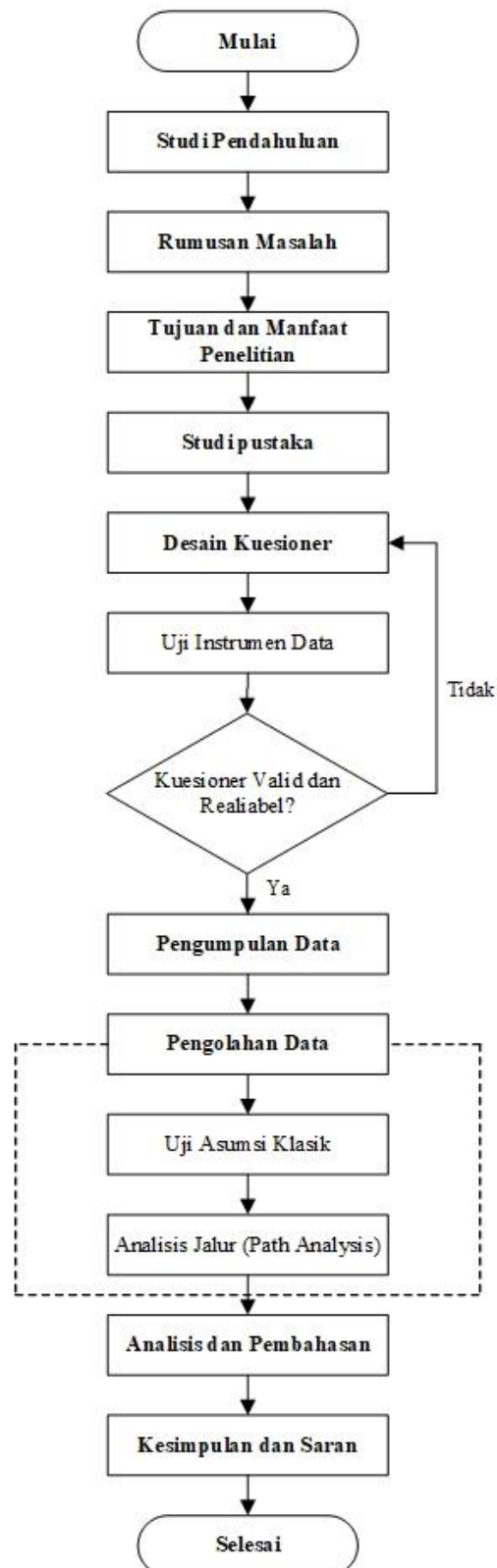
Sebagai seorang muslim, halal sudah menjadi kewajiban untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam makanan. Sehingga kehidupan halal sangat melekat dalam hidup seorang muslim. Seorang yang beragama Islam harus mengonsumsi makanan halal dan thoyyib (baik). Makanan halal adalah makanan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi sesuai yang disebutkan dalam Al-Quran. Pada dasarnya semua yang ada di dunia ini merupakan halal, kecuali yang disebutkan dalam Al-Quran yaitu babi, bangkai, darah, dan binatang yang disembelih tidak menyebut nama Allah.

Masyarakat muslim dapat mencari makanan halal melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun masih banyak konsumen di Indonesia yang terus membeli makanan di toko atau warung makan yang tidak memiliki label halal. Produk di Indonesia yang terdaftar dan memiliki sertifikat halal hanya sebesar 20%.

UMKM perlu menjamin bahwa produk yang dijualnya merupakan produk halal. Kesadaran UMKM sebagai produsen untuk menjamin bahwa produknya halal didasari dari kepercayaan UMKM terhadap konsep halal itu sendiri. Konsep halal bukan hanya sekedar bahan baku yang digunakan merupakan bahan halal, namun juga termasuk pada cara memperoleh bahan, cara mengolah bahan tersebut, penyimpanan, hingga pendistribusian ke tangan konsumen. Jika dalam proses tersebut terkontaminasi suatu hal yang dapat menjadikan produk tersebut haram, maka produk tersebut menjadi tidak halal. Sehingga perlu melihat bagaimana kepercayaan UMKM terhadap konsep halal melalui variabel label halal, citra merek, bahan produk, harga, distribusi dan keputusan pembelian dengan menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) untuk mengidentifikasi jalur penyebab suatu variabel tertentu terhadap variabel lain yang dipengaruhinya, dan menghitung pengaruh satu variabel exogenous atau lebih terhadap variabel endogenous lainnya.

3.2 Langkah-Langkah Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat langkah – langkah yang terstruktur dan sistematis. Adapun langkah-langkah tersebut digambarkan dengan bagan *flowchart* berikut.



Gambar 3. 2 *Flowchart* Penelitian

3.2.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan dengan observasi ke lapangan secara langsung guna mengetahui apa yang sedang terjadi di lapangan secara langsung sehingga dapat menentukan rumuskan masalah.

3.2.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah ditentukan berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan. Rumusan masalah dilakukan guna mengetahui masalah apa yang akan dibahas pada penelitian ini.

3.2.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat penelitian dilakukan untuk mengetahui arah penelitian serta menentukan arah kesimpulan atau hasil akhir dari penelitian sehingga penelitian ini dapat bermanfaat untuk melakukan penelitian selanjutnya yang relevan.

3.2.4 Studi Pustaka

Peneliti melakukan studi pustaka menggunakan penelitian relevan, serta teori – teori yang dapat menunjang jalannya penelitian.

3.2.5 Desain Kuesioner

Dalam membuat desain kuisisioner terdapat beberapa tahapan yaitu membuat model penelitian, menentukan variabel operasional, membuat hipotesis, menentukan populasi dan sampel, serta menentukan skala pengukuran yang akan digunakan.

1. Model Penelitian

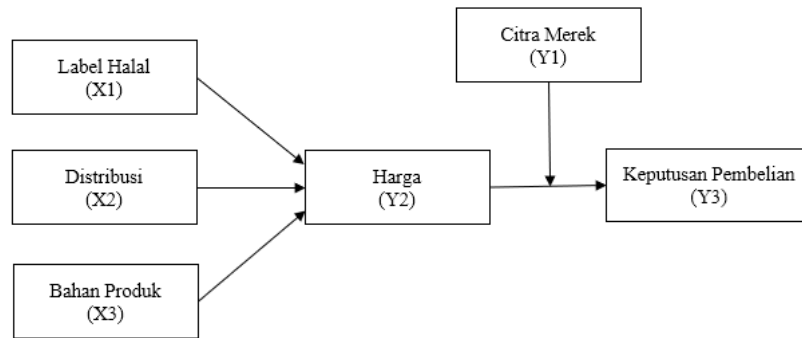
Model penelitian dibuat berdasarkan teori-teori dan hasil penelitian relevan dengan topik yang akan peneliti lakukan. Hasil penenlitan yang relevan digambarkan dalam tabel berikut.

Tabel 3. 1 Variabel Penelitian

| Variabel | Fadhila Madevi, Edy Yulianto & Aniesa Samira Bafadhal (2019) | Ferica Aprilia dan Trisha Gilang Saraswati (2021) | E Silaningsih & P Utami (2018) | Saniatun Nurhasanah, Jono M Munandar, dan Muhammad Syamsun (2017) | Diah Retno Sufi Fauzia, Edriana Pangestuti, Aniesa Samira Bafadhal (2019) | Ian Alfian & Muslim Marpaung (2017) | Imam Heryanto (2015) |
|---------------------|--|---|--------------------------------|---|---|-------------------------------------|----------------------|
| Label Halal | Label Halal | Sertifikasi Halal | | Sertifikat Halal | Sertifikasi Halal | Label Halal | |
| Citra Merek | Citra Merek | | Promosi | Citra Merek | | <i>Brand</i> | |
| Bahan Produk | | | Produk | | Bahan Produk | | Produk |
| Distribusi | | | Tempat | Keamanan Pangan | | | Distribusi |
| Harga | | | Harga | | | Harga | Harga |
| Keputusan Pembelian | | | | | Keputusan Pembelian | Keputusan Pembelian | Keputusan Pembelian |
| | | | | Pemasaran Halal | | | Promosi |
| | | Kesadaran Halal | | Kesadaran Halal | Religiusitas | | |
| | | | | Persepsi Nilai | | | |
| | | | | Kesehatan | | | |
| | Minat Beli | Minat Beli | Minat Beli Konsumen | Minat Beli | Minat Beli | | |
| | | | | | | | |
| | | | | Persepsi Kualitas | | | |

Sumber: Penelitian Relevan (2021)

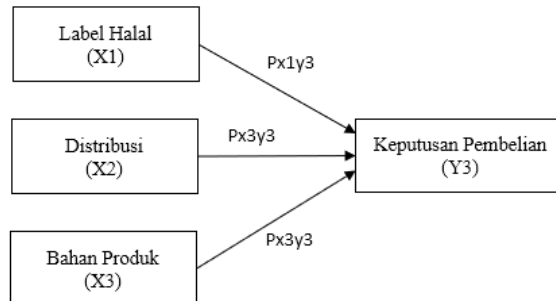
Berdasarkan hasil penelitian relevan pada tabel di atas maka dapat digambarkan model penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini sebagai berikut.



Gambar 3. 3 Model Penelitian

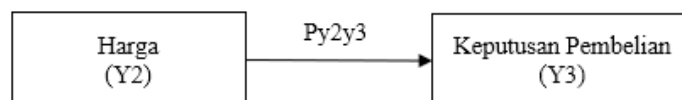
Sumber: Fadhila, Edy, Aniesa (2019); E Silaningsih & P Utami (2018); Diah Retno, Edriana, Aniesa (2019); Ian Alfian & Muslim Marpaung (2017); Imam Heryanto (2015); (Data diolah kembali (2021)

Berdasarkan model penelitian di atas, variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Label Halal, Citra Merek, Bahan Produk, Harga, Distribusi, dan Keputusan Pembelian. Berdasarkan gambar 3.3 model penelitian akan dibagi menjadi empat yaitu model langsung, model tidak langsung, dan model *intervening* dan model moderator. Empat model tersebut akan digambarkan sebagai berikut.



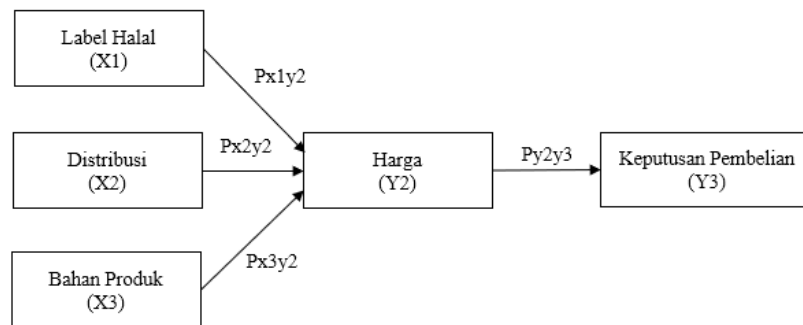
Gambar 3. 4 Model Langsung

Pada gambar 3.4 terdapat model langsung yaitu variabel label halal, distribusi, dan bahan produk mempengaruhi langsung terhadap keputusan pembelian.



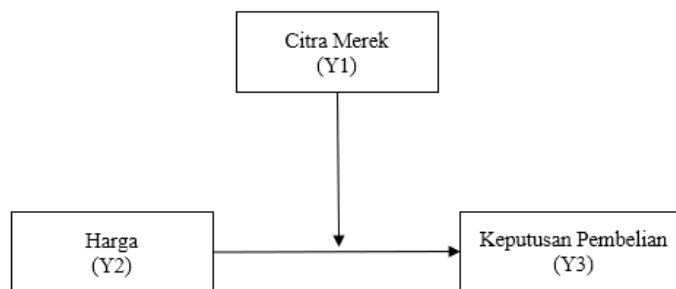
Gambar 3. 5 Model Tidak Langsung

Pada gambar 3.5 terdapat model tidak langsung yaitu variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian.



Gambar 3. 6 Model *Intervening*

Pada gambar 3.6 terdapat model *intervening* yaitu variabel label halal, distribusi, dan bahan produk mempengaruhi keputusan pembelian melalui harga.



Gambar 3. 7 Model Moderator

Pada gambar 3.7 terdapat model moderator yaitu harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel moderasi.

2. Variabel Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam perbedaan mengartikan pengertian variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menentukan variabel operasional yang terbagi dalam variabel *independen exogenous* yaitu Label Halal, Bahan Produk, dan Distribusi. Variabel *dependen endogenous* yaitu Harga, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian. Masing-masing variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Variabel Operasional *Exogenous*

| Variabel | Definisi | Dimensi | Indikator | Item | Jumlah | Sumber |
|-------------|--|-------------------|---|------------------------------------|--------|-----------------------------|
| Label Halal | Jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam | Jaminan | Setiap makanan yang diperjual belikan harus memiliki label halal | J1, J2, J3, J4, J5, J6, J7, J8, J9 | 9 | Yuswohady (2015) |
| | | | Produk yang layak jual adalah produk yang memiliki label halal | | | |
| | | | Produk yang memiliki label halal adalah produk yang aman | | | |
| | | | Produk berlabel halal merupakan produk yang sesuai syariat Islam | | | |
| | | | Syariat Islam menyuruh mengkonsumsi produk berlabel halal | | | |
| | | | UMKM harus memiliki label halal sebagai jaminan | | | |
| | | | Produk yang tidak berlabel halal tetap sesuai syariat islam | | | |
| | | | Label halal memudahkan produk untuk selalu dipilih | | | |
| | | | Produk berlabel halal lebih banyak peminatnya | | | |
| Distribusi | Distribusi ialah kegiatan pergerakan barang serta jasa dari pemasok sampai konsumen melalui <i>distribution channel</i> (saluran distribusi) | Pergerakan Barang | Makanan yang dijual tidak terkontaminasi najis hingga ke tangan konsumen | PB1, PB2, PB3, PB4, PB5, PB6 | 6 | Mikael Hang Suryanto (2016) |
| | | | Terdapat kemasan untuk melindungi produk | | | |
| | | | Alat yang digunakan untuk pengiriman barang bersih dan tidak terkontaminasi najis | | | |
| | | | Pengiriman produk terpisah dengan produk yang tidak halal | | | |
| | | | Tempat yang bersih dari najis menjadi hal penting bagi produsen | | | |
| | | | Selalu berhati-hati dalam penanganan pengiriman agar produk terhindar dari najis | | | |

Tabel 3. 3 Variabel Operasional *Exogenous* (Lanjutan)

| Variabel | Definisi | Dimensi | Indikator | Item | Jumlah | Sumber |
|--------------|--|---------|---|----------------------------|--------|----------------------|
| Bahan produk | Bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam makanan | Bahan | Bahan produk yang digunakan sudah terjamin kehalalannya | B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7 | 7 | Ahmad Izzudin (2018) |
| | | | Makanan yang berkualitas berasal dari bahan makanan yang halal | | | |
| | | | Bahan makanan yang digunakan sudah berlabel halal | | | |
| | | | Bahan makanan yang digunakan sudah BPOM | | | |
| | | | Bahan makanan yang digunakan tidak terkontaminasi dengan sesuatu yang haram | | | |
| | | | Daging yang digunakan harus didapat dari rumah potong hewan halal | | | |
| | | | Daging yang digunakan berasal dari hewan yang disembelih sesuai syariat islam | | | |

Tabel 3. 4 Variabel Operasional Dependen *Endogenous*

| Variabel | Definisi | Dimensi | Indikator | Item | Jumlah | Sumber |
|-------------|---|----------|---|----------------------------|--------|--|
| Citra Merek | Persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen | Persepsi | Produk halal merupakan produk yang lebih unggul dari produk non halal | P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7 | 7 | Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2007) |
| | | | Produk halal memiliki nilai lebih dari produk | | | |
| | | | Produk halal sudah pasti higienis dan sehat | | | |
| | | | Produk halal memiliki banyak manfaat sehingga akan selalu menjadi prioritas | | | |
| | | | Produk halal dapat bersaing dengan produk lainnya | | | |
| | | | Produk tetap bisa terjual meskipun tidak berlabel halal | | | |
| | | | Produk yang halal dapat membuat nama produk menjadi bagus | | | |

Tabel 3. 5 Variabel Operasional *Endogenous* (Lanjutan)

| Variabel | Definisi | Dimensi | Indikator | Item | Jumlah | Sumber |
|---------------------|--|-------------|--|------------------------------|--------|-----------------------|
| Harga | Jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa | Jumlah uang | Jumlah uang yang ditawarkan merupakan <u>jumlah yang relatif murah</u> | JU1, JU2, JU3, JU4, JU5, JU6 | 6 | Philip Kotler (2005) |
| | | | Harga yang ditawarkan senilai dengan produk yang akan didapat | | | |
| | | | Harga yang ditawarkan untuk produk halal lebih mahal dibanding produk tidak halal | | | |
| | | | Harga untuk produk halal lebih terjangkau dibanding produk tidak halal | | | |
| | | | Harga yang ditawarkan sama dengan produk harga produk tidak halal | | | |
| | | | Harga untuk produk halal sebanding dengan penanganannya yang cukup ketat dan terjaga | | | |
| Keputusan Pembelian | Keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan | Keputusan | Produk saya menggunakan label halal agar banyak yang <u>membeli</u> | K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7 | 7 | Loudon & Bitta (2000) |
| | | | Saya menggunakan bahan baku halal agar konsumen membeli <u>produk saya</u> | | | |
| | | | Harga produk saya terjangkau agar konsumen memilih <u>produk saya</u> | | | |
| | | | Saya menyediakan tempat yang bersih dari najis agar pembeli <u>nyaman</u> | | | |
| | | | Produk saya memiliki saya yang enak sehingga pembeli memilih produk <u>saya</u> | | | |
| | | | Produk saya memiliki kualitas bagus sehingga pembeli memilih <u>poduk saya</u> | | | |
| | | | Produk saya tetap dibeli meskipun tidak terdapat produk halal | | | |

3. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang akan diuji untuk mengetahui apakah hipotesis yang ditentukan benar atau tidak. Dalam penelitian ini terdapat dua hipotesis yaitu.

H1: Terdapat pengaruh pada label halal, distribusi, dan bahan produk terhadap keputusan pembelian melalui harga.

H2: Terdapat hubungan citra merek sebagai moderator dari harga ke keputusan pembelian.

4. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bakso di Kota Bandung.

5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam ukur sehingga alat ukur tersebut akan menghasilkan data kuantitatif ketika digunakan dalam pengukuran (Sugiyono, 2017). Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Skala Likert*. *Skala Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 20117). Berikut merupakan nilai yang digunakan dalam skala *likert*.

Tabel 3. 6 Nilai Skala *Likert*

| Nilai | Alternatif Jawaban |
|-------|---------------------|
| 5 | Sangat Setuju |
| 4 | Setuju |
| 3 | Ragu-ragu |
| 2 | Tidak Setuju |
| 1 | Sangat Tidak Setuju |

3.2.6 Uji Instrumen Data

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur fenomena sosial atau biasa disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian haruslah memenuhi kriteria valid dan reliabel. Untuk memenuhi kriteria tersebut, pada penelitian ini dilakukan uji instrumen data yaitu uji

validitas dan uji reliabilitas untuk mengukur valid dan reliabel tidaknya suatu instrumen.

A. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner akan dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS. Untuk mengukur validitas yaitu menggunakan korelasi perason product moment, setelah itu di uji dengan uji t. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

H_0 diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (alat ukur yang digunakan valid atau sah).

H_0 ditolak apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner akan dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Imam Ghozali, 2018). Untuk mengukur reliabilitas yaitu dengan *internal consistency* yaitu dengan mencoba instrumen sekali, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Teknik yang digunakan untuk menganalisis yaitu Alfa Cronbach. Variabel akan dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>0,70$ (Nunnaly:1994 dalam Imam Ghozali:2018).

3.2.7 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan survei dan pengisian pada pelaku UMKM Bakso di Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan dengan obervasi pada UMKM bakso di Kota Bandung dan memberikan kuesioner kepada pelaku UMKM sebagai responden.

3.2.8 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan uji asumsi klasik, analisis jalur (*Path Analysis*). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan *software* SPSS. Uji

yang dilakukan untuk menguji instrumen data yaitu uji validitas dan uji Realiabilitas. Uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas dan uji linieritas. Setelah melakukan uji instrumen data dan uji asumsi klasik, maka selanjutnya melakukan pengolahan data dengan metode analisis jalur atau *path analysis* dan MRA dengan aplikasi SPSS.

3.2.8.1 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ridwan & Kuncoro (2013) dalam Intan Ayu (2017) menyebutkan asumsi yang menjadi dasar *path analysis* yaitu hubungan antar variabel bersifat linier dan normal.

A. Uji Normalitas

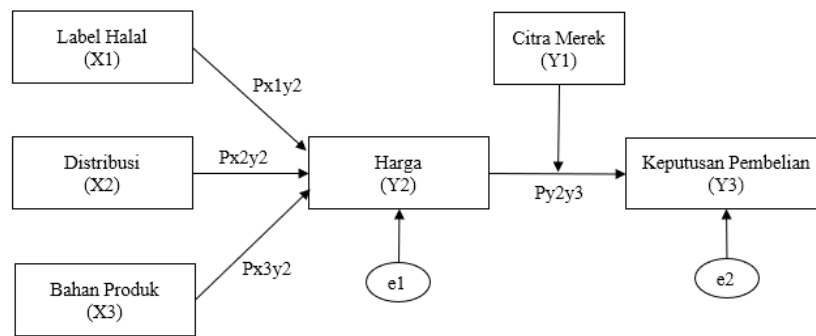
Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Imam Ghozali, 2018).

B. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dilakukannya Uji linieritas, akan diperoleh informasi apakah model empiris linier, kuadrat atau kubik (Imam Ghozali, 2018).

3.2.8.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis Jalur atau *Path Analysis* dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Dalam *path analysis*, langkah pertama yang harus dilakukan yaitu membuat model, merumuskan hipotesis, membuat diagram jalur, kemudian persamaan struktural. Hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini berdasarkan hipotesis yang sudah dirumuskan pada 3.2.5. Persamaan struktural dirumuskan berdasarkan diagram jalur berikut.



Gambar 3. 8 Diagram Jalur

Berdasarkan diagram jalur di atas maka persamaan struktural yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

$$Y3 = Px1y2 + Px2y2 + Px3y2 + Py2y3 + e1 + e2$$

$$Y3 = a + b1Y2 + b2Y1 + b3Y2Y1 + e2$$

3.2.9 Analisis dan Pembahasan

Analisis dilakukan berdasarkan pengolahan data yang sudah dilakukan yaitu uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan analisis jalur (*path analysis*). Analisis dilakukan secara rinci dan detail berdasarkan pengolahan data yang dilakukan

3.2.10 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dilakukan berdasarkan tujuan penelitian dan analisis yang sudah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah. Saran yaitu usulan yang bersifat membangun sehingga dapat dipertimbangkan oleh pelaku UMKM.