

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Konsep dan Definisi Operasional

3.1.1 Definisi Konsep

a. Halal Product Knowledge

Menurut Lazuardy & Asyhari (2019) adalah pemahaman konsumen tentang konsep halal, termasuk proses sertifikasi, bahan baku, dan pengolahan produk.

b. Ideology Religiosity

Ideology Religiosity mencerminkan sejauh mana seseorang memahami, menerima, dan berpegang teguh pada doktrin-doktrin agama (Glock & Rodney, 1970).

c. Halal Product Quality

Halal Product Quality adalah karakteristik produk dalam memnuhi standar kehalalan dan memuaskan kebutuhan konsumen Lazuardy & Asyhari (2019).

d. Purchase Intention

Purchase Intention adalah dorongan konsumen untuk membeli makanan halal Lazuardy & Asyhari (2019).

3.2.2. Definisi Operasional

a. Halal Product Knowledge

Definisi operasional *Halal Product Knowledge*, menurut Lazuardy & Asyhari (2019) , mencakup:

1. Mengerti tentang label halal dan sertifikat halal sebelum membeli.
2. Memahami pembuatan dan prosesnya serta akibatnya sebelum membeli.
3. Mencari informasi tentang makanan halal sebelum membeli.

b. *Ideology Religiosity*

Definisi Operasional *Ideology Religiosity* menurut Glock & Rodney (1970) adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman terhadap doktrin
2. Penerimaan terhadap doktrin
3. Penerapan doktrin dalam kehidupan sehari-hari
4. Pengaruh doktrin terhadap pandangan dunia

c. *Halal Product Quality*

Definisi Operasional *Halal Product Quality* berdasarkan penelitian Lazuardy & Asyhari (2019):

1. Makanan halal memiliki standar kualitas yang dapat diterima.
2. Makanan halal memiliki kualitas yang terjaga secara konsisten.
3. Makanan halal menawarkan rasa dan tekstur yang sangat baik

d. *Purchase Intention*

Definisi Operasional *Purchase Intention* menurut Lazuardy & Asyhari (2019) dalam konteks makanan halal dapat dioperasionalkan melalui indikator berikut:

1. Memiliki niat beli yang tinggi terhadap makanan halal.
2. Membeli makanan halal meskipun harganya mahal daripada makanan tidak halal.
3. Cenderung membeli makanan halal.

3.2. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, sehingga memungkinkan pengambilan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *womenpreneur* di Yogyakarta

Populasi dipilih karena mereka memenuhi kriteria subjek yang relevan untuk mengkaji pengaruh faktor-faktor yang diteliti terhadap niat pembelian makanan halal.

3.3. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) menyebutkan bahwa sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam populasi.

Menurut Sugiyono (2016), penentuan jumlah sampel dalam penelitian kuantitatif dapat dilakukan dengan merujuk pada rumus yang dikemukakan oleh Hair et al. (2010), yaitu jumlah indikator dikalikan dengan angka 5 hingga 10 responden. Dalam penelitian ini, terdapat 13 indikator, sehingga jumlah sampel minimal dan maksimal dihitung dengan cara mengalikan jumlah indikator tersebut dengan angka 5 hingga 10, seperti berikut:

Jumlah minimal sampel: $13 \times 5 = 65$ responden. Jumlah maksimal sampel: $13 \times 10 = 130$ responden.

Berdasarkan perhitungan tersebut, penelitian ini menggunakan 100 responden, yang berada dalam rentang jumlah sampel yang disarankan untuk

memastikan validitas hasil penelitian. Jumlah ini dianggap cukup representatif untuk menggambarkan populasi yang diteliti.

3.4. Metode Pengambilan Sampel

Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini diterapkan dengan memanfaatkan *purposive sampling*, yaitu metode *non-probability sampling* di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga sampel yang diambil memiliki karakteristik yang relevan untuk penelitian (Sugiyono, 2016).

Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini adalah:

1. *Womenpreneur* yang beragama Islam.
2. Sudah menikah.
3. Usaha bukan makanan/minuman

Purposive sampling digunakan untuk memastikan bahwa sampel memiliki karakteristik yang relevan dengan penelitian, terutama dalam konteks *purchase intention* makanan halal.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui metode kuesioner daring (*online questionnaire*) menggunakan *platform Google Form*. Teknik pengumpulan data dirancang untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu menganalisis pengaruh *Halal Product Knowledge*, *Ideology Religiosity*, dan *Halal*

Product Quality terhadap, *Purchase Intention* makanan halal pada *womenpreneur* di Yogyakarta.

3.6. Langkah-Langkah Pengumpulan Data

1. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari setiap variabel penelitian. Setiap variabel memiliki sejumlah pernyataan yang diukur menggunakan skala Likert 5 poin, dengan rentang jawaban sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	Skor adalah 1
Tidak Setuju	Skor adalah 2
Netral,	Skor adalah 3
Setuju	Skor adalah 4
Sangat Setuju	Skor adalah 5

2. Distribusi Kuesioner

Kuesioner disebarakan secara daring melalui *platform Google Form* kepada responden yang sesuai dengan kriteria *purposive sampling*.

3. Isi Kuesioner

Bagian I: Identitas responden, mencakup informasi demografis seperti usia, jenis usaha, agama, status pernikahan. Bagian II: Pernyataan-pernyataan terkait variabel penelitian:

- *Halal Product Knowledge* (4 Pernyataan),
- *Ideology Religiosity* (4 Pernyataan),
- *Halal Product Quality* (4 Pernyataan),
- *Purchase Intention* (4 Pernyataan).

4. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan selama periode penelitian pada bulan Desember 2024. Responden diberikan waktu untuk mengisi kuesioner secara mandiri dalam format daring, memastikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi responden.

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa teknik analisis data bertujuan untuk mengolah dan menginterpretasikan data sehingga dapat menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan melalui beberapa tahap.

3.7.1. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum masuk ke tahap analisis utama, instrumen penelitian berupa kuesioner harus melalui proses pengujian untuk memastikan keabsahan dan konsistensinya. Uji instrumen dilakukan melalui:

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016) Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir dalam kuesioner benar-benar dapat mengukur variabel yang dimaksud sesuai dengan tujuan penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan korelasi *Pearson*, yang menghitung hubungan antara nilai item dengan nilai total variabel. Kriteria pengujian validitas adalah:

- Suatu item dinyatakan valid jika nilai korelasi *Pearson* (r) lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%.
- Item yang tidak valid akan dikeluarkan.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016) pengujian reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrument untuk penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya saat digunakan pada subjek atau kondisi yang sama dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas berfungsi untuk mengukur tingkat konsistensi internal antar item dalam kuesioner yang digunakan.

Instrumen penelitian dianggap reliabel apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- Nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$ menunjukkan bahwa konsistensi antar item cukup baik, sehingga instrumen dapat digunakan tanpa perlu revisi.
- Nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ menunjukkan bahwa konsistensi antar item rendah, sehingga dianggap tidak reliabel.

Dengan demikian, uji reliabilitas menjadi salah satu langkah penting dalam pengujian instrumen penelitian untuk memastikan data yang diperoleh dapat diandalkan dalam analisis.

3.7.2. Uji Asumsi Dasar

Menurut Sugiyono (2016), uji asumsi dasar adalah langkah awal yang dilakukan untuk memastikan data memenuhi kriteria analisis statistic, terutama pada suatu penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda, di mana asumsi dasar harus dipenuhi agar hasil analisis dapat diinterpretasikan secara valid dan dapat diandalkan.

1. Uji Normalitas.

Menurut Sugiyono (2016), uji normalitas diperlukan supaya memastikan bahwa data berdistribusi normal sebelum dilakukan analisis statistik lebih lanjut. Normalitas distribusi data diuji menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, di mana data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$).

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono (2016), uji asumsi klasik merupakan serangkaian pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian memenuhi persyaratan tertentu agar hasil analisisnya valid, reliabel, dan dapat diinterpretasikan dengan baik. Pengujian uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi:

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Sugiyono (2016), uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa tidak terdapat hubungan linier yang sangat kuat di antara variabel independen dalam model regresi. Hubungan yang terlalu erat antarvariabel tersebut dapat mengakibatkan masalah estimasi koefisien regresi, sehingga variabel independen kehilangan independensinya.

Uji multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan:

1. *Variance Inflation Factor* (VIF):

Nilai $VIF \leq 10$ menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

2. *Tolerance*:

Nilai *Tolerance* $\geq 0,1$ menunjukkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sugiyono (2016), uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa variansi residual dalam model regresi tetap konstan atau homogen. Hal ini penting agar hasil analisis regresi linier berganda dapat diinterpretasikan secara akurat dan tidak bias. Jika terjadi heteroskedastisitas, yaitu variansi residual tidak konstan, maka estimasi model regresi dapat menjadi tidak valid dan hasil analisis kurang dapat diandalkan. Pengujian heteroskedastisitas uji dilakukan dengan menggunakan:

- Metode Glejser, di mana data dianggap tidak heteroskedastik jika nilai signifikansi $> 0,05$.
- *Scatterplot* residual, di mana pola yang menyebar acak menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.8. Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016), analisis data merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mengolah, menyajikan, dan menginterpretasikan data guna menjawab tujuan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data biasanya mencakup analisis deskriptif untuk memberikan gambaran awal terhadap data dan analisis inferensial untuk menguji hubungan antar variabel.

Proses analisis data bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu menganalisis pengaruh *Halal Product Knowledge*, *Ideology Religiosity*, dan *Halal*

Product Quality terhadap *Purchase Intention*. Tahapan analisis data dilakukan melalui pendekatan deskriptif dan analisis inferensial menggunakan metode regresi linear berganda.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016), statistik deskriptif merupakan metode statistik yang berfungsi untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau menjelaskan data yang telah diperoleh. Metode ini tidak dimaksudkan untuk melakukan generalisasi atau membuat kesimpulan yang umum.

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden dan pola distribusi jawaban kuesioner. Tahapan analisis ini meliputi:

- **Karakteristik Responden**

Data demografis seperti usia, tingkat pendidikan, jenis usaha, lama usaha, dan status pernikahan dianalisis untuk memahami profil responden. Informasi ini memberikan konteks bagi hasil penelitian, khususnya dalam memahami peran *womenpreneur* dalam pengambilan keputusan pembelian makanan halal.

- **Distribusi Jawaban**

Setiap item kuesioner dianalisis untuk melihat kecenderungan jawaban responden terhadap variabel penelitian. Data disajikan dalam bentuk tabel yang memuat frekuensi dan persentase guna memberikan gambaran yang lebih jelas dan terstruktur tentang distribusi data.

3.9. Uji F (*Goodness of Fit*)

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Uji ini berperan penting dalam mengevaluasi kelayakan model secara keseluruhan (*Goodness of Fit*), sehingga dapat diketahui apakah kombinasi dari semua variabel independen yang digunakan dalam penelitian mampu menjelaskan variabilitas variabel dependen.

Hipotesis yang Diuji:

- H_0 (Hipotesis Nol): Model regresi yang digunakan tidak sesuai (tidak fit) dengan data, sehingga tidak mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara signifikan.
- H_a (Hipotesis Alternatif): Model regresi yang digunakan sesuai (fit) dengan data, sehingga dapat secara signifikan menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Kriteria Pengujian:

- Jika nilai $p\text{-value (sig.)} < 0,05$: H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa model regresi memiliki tingkat kesesuaian (fit) yang signifikan dengan data. Artinya, model mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan baik.
- Jika nilai $p\text{-value (sig.)} \geq 0,05$: H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti model regresi tidak memiliki tingkat kesesuaian (fit) yang signifikan dengan data. Artinya, model kurang mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan mengetahui apakah model

signifikan, peneliti dapat memastikan bahwa kombinasi variabel independen yang digunakan secara bersama-sama relevan dalam memprediksi atau menjelaskan variabel dependen.

3.10. Pengujian Hipotesis

Sugiyono (2016) menjelaskan pengujian hipotesis sebagai proses untuk menentukan validitas hipotesis berdasarkan data penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan signifikansi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Proses pengujian hipotesis dalam analisis regresi linier mencakup tiga tahap utama, yaitu uji F, uji t, dan koefisien determinasi (Sugiyono, 2016).

3.10.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016), analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi kondisi suatu variabel dependen yang dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor, dengan memperhatikan perubahan nilai yang terjadi. Yang pada intinya analisis ini bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Model regresi ini dirumuskan sebagai:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Variabel dependen (*Purchase Intention*)

X₁: *Halal Product Knowledge*

X₂: *Ideology Religiosity*

X₃: *Halal Product Quality*

a: Konstanta

b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi masing-masing variabel independen

e: Error atau residual

3.10.2. Uji t

Menurut Sugiyono (2016), uji t digunakan untuk mengevaluasi pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam analisis regresi. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah suatu variabel independen secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap konstan.

Pada uji t, nilai statistik dihitung untuk dibandingkan dengan nilai kritis pada tabel t (t-Tabel) berdasarkan tingkat signifikansi yang ditentukan. Selain itu, analisis ini juga mempertimbangkan koefisien regresi variabel independen, yang menunjukkan arah hubungan dengan variabel dependen. Nilai uji t berkisar antara 0 hingga 1, dan signifikansi hasil ditentukan oleh nilai p-value yang diperoleh dari pengolahan data statistik.

Hipotesis dalam Uji t:

- H_0 (Hipotesis nol): Variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- H_a (Hipotesis alternatif): Variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria Pengujian:

1. Jika nilai p-value (sig.) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial
2. Jika nilai p-value (sig.) $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

Hasil uji t memberikan gambaran yang mendalam tentang pengaruh parsial setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini tidak hanya menilai signifikansi pengaruh, tetapi juga memungkinkan identifikasi variabel independen yang memiliki pengaruh paling dominan dalam model regresi. Temuan tersebut dapat menjadi dasar untuk merumuskan kesimpulan penelitian serta memberikan rekomendasi yang relevan dan strategis

3.10.3. Koefisien Determinasi (*Adjusted R square*)

Menurut Sugiyono (2016) *Adjusted R square* adalah ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen secara simultan dapat menjelaskan variabilitas atau perubahan pada variabel dependen dalam sebuah model regresi, dengan mempertimbangkan jumlah variabel independen dan ukuran sampel.

Interpretasi Nilai Koefisien Determinasi (*Adjusted R square*):

- Nilai mendekati 1: Variabel independen mampu menjelaskan sebagian besar variasi pada variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memiliki tingkat kecocokan yang tinggi dan hubungan antarvariabel cukup kuat.

- Nilai mendekati 0: Variabel independen hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi pada variabel dependen. Ini mengindikasikan bahwa terdapat variabel lain di luar model yang berkontribusi dalam menjelaskan variabel dependen.