

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis kajian yang dipakai termasuk tipe kajian lapangan (*field research*). kajian kuantitatif termasuk jenis penelitian proses sistematis yang membutuhkan waktu serta perencanaan yang lebih matang. Metode kajian kuantitatif termasuk cara guna menjalankan pengujian suatu teori dengan menguji hubungan antar variabel. Variabel dalam instrumen kajian biasanya berukuran besar sehingga data yang terdiri dari angka-angka bisa dianalisa secara bermakna.¹ Sumber data yang dipakai pada kajian ialah data primer, seperti data yang bisa diperoleh dari sumber pertama dari individu, seperti hasil wawancara ataupun kuisioner.²

B. Setting Penelitian

Setting kajian sendiri termasuk lingkungan, wilayah ataupun tempat yang direncanakan oleh peneliti. kajian ini dijalankan di sebuah desa yang berada di kota Kudus, yakni di desa Tanjungkarang. Waktu kajian ini dijalankan di bulan September tahun 2022.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi termasuk daerah generalisasi yang terdapat dari objek ataupun subjek yang mempunyai mutu serta ciri tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipahami serta kemudian ditarik kesimpulannya.³ Yang dipakai oleh penulis pada populasinya ialah konsumen ataupun pembeli yang sudah pernah membeli ataupun mengkonsumsi produk air mineral dalam kemasan merek KhQ di Desa Tanjungkarang.

¹Adhi Kusumastuti, dkk., *Metode kajian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2011), 2.

https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif/Zw8REA-AAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=penelitian+kuantitatif&printsec=frontcover.

²Ma'ruf Abdullah, *Metodologi kajian Kuantitatif*, (Aswaja Pressindo: Yogyakarta, 2015), 246.

<https://core.ac.uk/download/pdf/45258621.pdf>

³Sugiyono, *Metode kajian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 80.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari populasi disebut dengan sampel. Kesimpulan dari sampel jika sampel itu diambil dari populasi yang harus betul-betul representatif.⁴ Guna melakukan penentuan jumlah sampel, maka kajian ini memakai rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n= jumlah sampel

N= jumlah populasi

E= batas tingkat kesalahan

Dengan jumlah populasi sejumlah 3.990 jiwa pada masyarakat muslim yang ada di Desa Tanjungkarang Kecamatan Jati Kabupaten Kudus.⁵ Maka dengan itu menentukan sampelnya dijalankan seperti berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{3.990}{1 + 3.990(10\%)^2} \\ &= \frac{3.990}{1 + 3990(0,01)} \\ &= \frac{3.990}{1 + 39,9} \\ \frac{3.990}{40,9} &= \text{jadi hasilnya } 98 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan dengan memakai metode Slovin di atas, maka sampel yang bakal dipakai akan dikenakan pada kajian ini menjadi sejumlah 100 orang.

⁴ Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode kajian Kuantitatif*, (Jakarta: Unika Atma Jaya, 2019),112.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=DEugDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=metode+penelitian+kuantitatif&ots=HkydnGq0lu&sig=jorY_38NMjTKXxw2Wq-P72C7UbE&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kuantitatif&f=false

⁵ *Tanjungkarang, Jati, Kudus*.
http://p2k.unkris.ac.id/id3/2-3065-2962/Tanjungkarang-Jati-Kudus_191672_unukaltim_p2k-unkris.html. Diakses pada 25 Agustus 2022 pukul 11.30 WIB.

D. Identifikasi Variabel

Variabel kajian termasuk segala sesuatu yang sudah berbentuk apa saja yang sudah ditetapkan dari penulis untuk dipelajari, sehingga mendapatkan informasi yang didapat mengenai hal itu serta kemudian untuk ditarik dalam sebuah kesimpulan.⁶Jika variabel yang bakal dipakai oleh kajian ini seperti berikut:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen termasuk variabel yang sudah dipengaruhi ataupun yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada kajian ini ialah minat beli konsumen

2. Variabel Independen

Variabel independent termasuk variabel yang mempengaruhi ataupun yang menjadikan sebab perubahan ataupun timbulnya variabel terkait. Variabel independen pada kajian ini yakni: kesadaran halal, citra merek serta *Islamic branding*.

E. Variabel Operasional

Variabel pada kajian ini serta indikator yang sudah dipakai bisa ditinjau dalam tabel yang bakal disajikan dalam bentuk berikut:

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
Kesadaran Halal (X1)	Kesadaran halal termasuk pemahaman umat muslim mengenai konsep halal, proses halal serta prinsip halal yang mengutamakan makanan halal untuk dikonsumsi.	1. Pemahaman ataupun pengetahuan. 2. Kebersihan serta keamanan produk. 3. Sadar akan halal. ⁷
Citra Merek (X2)	Citra merek termasuk suatu keyakinan konsumen terhadap	1. Kemudahan dikenali oleh konsumen.

⁶Sugiyono, *Metode kajian Binis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 58.

⁷Savitri Hendradewi, dkk, “Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Mie Instan Korea pada Remaja Sekolah di Jakarta”, *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26, no. 2 (2021): 206.

<http://182.23.90.6/index.php/JIP/article/view/1510/250>

	merek tertentu serta kepercayaan yang sudah digenggam oleh konsumen.	2. Kekuatan dalam merek. 3. Kualitas dalam merek. ⁸
<i>Islamic Branding</i> (X3)	<i>Islamic branding</i> brand ataupun merek termasuk lambang ataupun symbol yang diberikan perusahaan terhadap produknya sebagai pembeda dengan produk lain.	1. Merek ialah elemen yang sangat penting. 2. Merek islami mempengaruhi kepercayaan diri dalam membeli serta mengkonsumsi produk. 3. Konsumen bakal membeli produk makanan kemasan halal sesuai dengan merek. ⁹
Minat Beli (Y)	Minat beli bisa diartikan jika memiliki keterkaitan dengan perencanaan konsumen untuk membeli sesuatu serta mengambil Tindakan yang ada hubungan membeli serta diukur dalam tingkat konsumen menjalankan pembelian pada produk yang dipilih.	1. Minat transaksional, yakni kecenderungan suatu individu dalam melakukan pembelian produk 2. Minat refrensial, yakni kecenderungan individu dalam merefleksikan produk ataupun barang kepada

⁸Musnini Nopisari, dkk., :Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kopi Serampas”, *Jurnal Ekonomi* 03, no. 1 (2021): 6.

<http://ejournal.uicm-unbar.ac.id/index.php/ekonam/article/view/320/182>

⁹Siti Khadijah dan Oni Anita Wulandari, “*Islamic Branding* Restoran Korea terhadap Minat Beli Konsumen”, *Jurnal Makna* 06, no. 1 (2020): 18.

file:///C:/Users/User/Downloads/2006-Article%20Text-5775-1-10-20200408-

		individu lainnya. 3. Minat preferensial, yakni minat memberi gambaran perilaku suatu individu yang mempunyai preventasi utama dalam produk ataupun barang tertentu. Preferensi tersebut hanya bisa dirubah apabila terdapat suatu hal dengan produk ataupun barang preferensinya 4. Minat eksploratif, di mana minat ini memberi gambaran mengenai perilaku suatu individu yang senantiasa mencari informasi ataupun data untuk mendukung berbagai sifat positif dari barang ataupun produk tersebut.
--	--	--

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data di pada kajian ini asalnya dari data primer. Yakni berupa dengan penyebaran kuisioner ataupun angket pertanyaan yang sudah dibuat dalam bentuk kuisioner yang berisi didalam pertanyaannya mengenai topik kajian dengan pedoman pada indikator setiap variabel. Dengan tujuan utama dalam penggunaan kuisioner untuk kajian ialah memperoleh informasi yang lebih sesuai dan bisa mengumpulkan informasi apapun data dengan reliabilitas serta validitas yang tinggi. Responden dalam mengisi suatu kuesioner bisa melakukan pemilihan satu dari beberapa jawaban yang terdapat dalam setiap pertanyaan.¹⁰

Bahwa penyusunan kuisioner yang dipakai pada kajian ini memakai bentuk skala likert yang tersaji seperti bentuk seperti berikut:

Simbol	Kategori	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas meupakan ukuran dengan tujuan agar bisa mengatakan tingkat validnya pada suatu instrumen kajian. Validitas suatu instrumen ialah mengenai seberapa jauh instrumen itu guna melakukan pengukuran obyek yang bakal diukur.¹¹ Suatu instrumen bisa dinyatakan valid jika instrumen atau media pengumpul data bisa melakukan pengukuran apa yang sudah ingin diukur dari variabel yang sudah dianalisa. Metode untuk menentukan valid ataupun tidaknya setiap ayat dan maka dijalankan pengujian koefisien dengan taraf 0,05. Suatu item yang dinyatakan valid jika bisa

¹⁰ A. Muri Yusuf, *Metode penenlitian: Kuantitatif, Kualitatif dan kajian Gabungan Ed 1*, (Jakarta: Kencana, 2014), 234.

¹¹A. Muri Yusuf , *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan kajian Gabungan Ed 1*, (Jakarta: Kencana, 2014), 234.

http://opac.iainkudus.ac.id/slims/index.php?p=show_detail&id=535722&keyword=s=metode+penelitian+kuantitatif

berkorelasi dengan media ataupun nilai total secara signifikan dengan nilai r hitung $\geq r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diartikan hasil dalam suatu pengukuran guna melakukan pengukuran suatu fenomena mauun untuk bisa mengetahui mengenai data yang dihasilkan bisa diandalkan. Sesuai dengan hal itu reliabilitas sebagai suatu konsistensi diantara berbagai pengukuran secara berurutan. Pengujian ini dijalankan pengukuran dengan *Cronbach alpha* dengan tingkatan signifikan yang sudah dipakai. Tingkatan signifikan yang bisa dipakai bisa 0,5 0,6 sampai 0,7 bergantung kebutuhan pada kajian.¹²

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Guna memahami mengenai distribusi data mengikuti ataupun mendekati normalitas distribusi variabel independen dan variabel dependen dalam sebuah model regresi sehingga dijalankan uji normalitas. jika model regresi bisa dinyatakan dengan baik apabila data tersebut menghasilkan berdistribusi normal. Tujuan dari uji normalitas berguna untuk menguj apakah pada model regresi variabel terikat serta variabel bebas memiliki distribusi yang normal ataupun tidak. Jika model regresi yang baik dengan mempunyai distribusi data yang normal ataupun mendekati normal. akan tetapi dengan pujian ini bisa dijalankan di setiap variabel dengan memakai logika secara individu setiap variabel bisa memenuhi berbagai asumsi normalitas, sehingga dengan itu juga secara bersamaan berbagai variabel itu juga bisa dinilai memenuhi asumsi normalitas.¹³

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolineritas ini dipakai untuk bisa memahami apakah variabel bebas bisa muncul korelasi ataupun tidak. Bisa diketahui jika model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Guna memahami hal itu penulis bisa memakai analisa nilai Variance Inflation

¹²Budhi Dharma, *Statistika kajian Memakai SPSS*, (Jakarta: Guepedia, 2018), 17.
https://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_PENELITIAN_MEMAKAI_SPSS_U/acpLEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Uji+Reliabilitas+ialah&printsec=fro
 ntcover

¹³Masrukhin, *Metode kajian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 183.

Factor (VIF) serta nilai *tolerance*.¹⁴ jika dalam pengujian pada multikolonieritas memakai nilai VIF serta Tolerance dikarenakan uji tersebut sangat efektif serta lebih akurat dibanding dengan uji yang lainnya. Nilai *tolerance* yang kecil sama dengan nilai VIF yang besar. Apabila nilai $VIF \leq 10$ serta nilai $tolerance \geq 0,10$ memperlihatkan jika tidak terdapat multikolonieritas pada kajian tersebut.¹⁵

c. Uji Heteroskedastisitas

Guna memahami apabila ada kesalahan ataupun residual dari model yang sudah dianalisa tidak mempunyai varian yang sifatnya konstan di hari suatu observasi ke observasi yang lain. Bisa dimaknai jika berbagai observasi memiliki reliabilitas yang sudah tidak sama akibat perubahan yang terjadi pada keadaan yang sudah melatarbelakangi tidak tercantum pada spesifikasi model. Jika gejala pada heterogestisitas lebih mudah muncul pada data silang tempat dibanding runtut waktu, maupun juga sering hadir dalam analisa yang sudah memakai data dalam rata-rata.¹⁶

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regrei linier berganda termasuk perluasan dari regresi linier sederhana, yakni sama-sama memakai alat agar bisa memperkirakan permintaan di masa yang akan datang bersumber pada data terdahulu ataupun guna memahami pengaruh satu ataupun lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tidak bebas (*dependent*). jika perbandingan pada penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang sudah dipakai. Penerapan pada metode regresi berganda jumlah variabel bebas(*independent*) yang sudah terpakai lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas (*dependent*),

¹⁴Ghina Kamilah, “Pengaruh Labelisasi Halal dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat beli”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6, no. 2 Juli 2017.

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiMkPvipZj5AhXK1HMBHT8-BO8QFnoECAYQAQ&url=http%3A%2F%2Fjurnalmahasiswa.stiesia.ac.id%2Findex.php%2Fjirm%2Farticle%2Fview%2F722&usg=AOvVaw3upoAlcugJ-ibH-iciHLwb>

¹⁵ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Medikom, 2010), 23.

¹⁶Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Unit Penerbit, 2001), 112.

sementara pada regresi linier berganda memerlukan dua ataupun lebih variabel independent yang dimasukkan pada model. Persamaan yang ada pada regresi linier berganda yakni:

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

Keterangan:

- Y : variabel dependen ataupun minat beli
a : konstanta
 b_1 : koefisien regresi dari kesadaran halal
 b_2 : koefisien regresi dari citra merek
 b_3 : koefisien regresi dari *Islamic branding*
 x_1 : kesadaran halal
 x_2 : citra merek
 x_3 : *Islamic branding*.¹⁷

b. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi termasuk salah satu nilai dari statistic yang bisa dipakai guna melakukan pengukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (variabel terikat). apabila nilai dari koefisien determinasi berkisar pada 0-1. Nilai koefisien determinasi yang kecil memperlihatkan kemampuan pada berbagai variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Meskipun nilai koefisien determinasi yang besar serta mendekati 1 mendapati bakal berbagai variabel bebas menyerahkan hampersemua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.¹⁸

c. Uji F

Uji F ialah uji simultan (bersama-sama, keseluruhan). Manfaat dari uji F guna memahami apakah variabel bebas yakni Kesadaran Halal, Citra Merek serta *Islamic Branding* secara bersama-sama ataupun simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yakni minat

¹⁷Syofian Siregar, *Metode kajian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: KENCANA, 2013), 301.

¹⁸Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riet kajian Kuantitatif kajian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimeen*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020), 141.

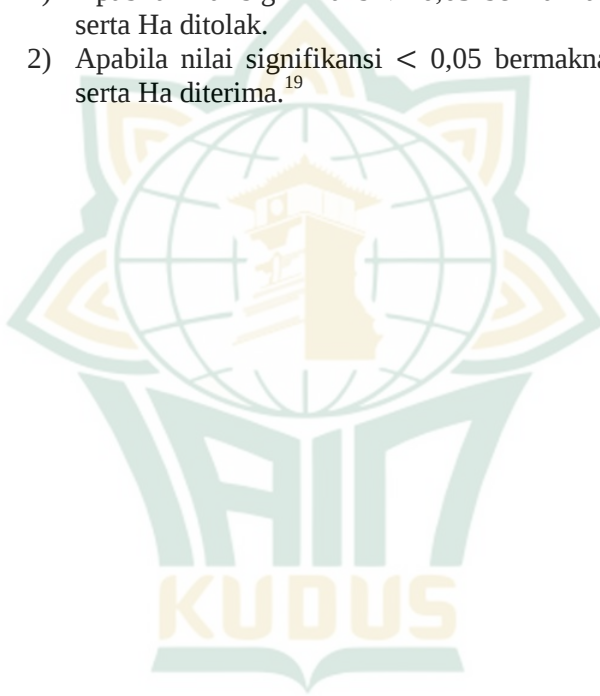
[https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pe ne/W2vXDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Analisa+Koefisien+Determinasi+\(R2\)&pg=PA141&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pe ne/W2vXDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Analisa+Koefisien+Determinasi+(R2)&pg=PA141&printsec=frontcover)

beli. Guna menjalankan pengujian hipotesis memakai statistic F, kriteria pengambilan minat beli ialah apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

d. Uji t

Pada umumnya, uji T memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji parameter individual dijalankan dengan memakai tingkat signifikansi. Adapun ketentuannya ialah seperti berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ bermakna H_0 diterima serta H_a ditolak.
- 2) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ bermakna H_0 ditolak serta H_a diterima.¹⁹



¹⁹Masrukin, *Statistik Deskriptif dan Inferensiasi Aplikasi Program SPSS dan Excel, Ed. 2*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2018), 281.