

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif (Silvana & Kindangen, 2022, hlm. 1.570). Bentuk penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk mengungkap dan mempelajari potensi pengaruh antara dua faktor atau lebih dengan menggunakan metodologi statistik (Sugiyono, 2015, hlm. 61). Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan memahami potensi pengaruh yang mungkin terjadi antara variabel independen dan variabel dependen.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Banjarbaru, bertempat di restoran cepat saji lokal bernama AZ Express Food Jalan A.Yani, Loktabat Utara, Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan 707144, Indonesia.

Lokasi penelitian ini dipilih berdasarkan pertimbangan restoran AZ Express Food berada di tempat yang strategis sehingga dapat dengan mudah diketahui serta dijangkau oleh konsumen, selain itu juga diketahui masih belum ada penelitian serupa yang melakukan penelitian di AZ Express Food. AZ Express Food merupakan restoran cepat saji lokal yang terkenal di Kota Banjarbaru yang bernuansa Islami dan memiliki varian produk beragam, hal ini selaras dengan

variabel independen yang diangkat pada penelitian ini yaitu *Islamic branding*, religiusitas, dan *product variety*.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah individu-individu yang berperan sebagai sumber data, pemberi informasi kepada peneliti. Subjek penelitian dalam penelitian ini dicirikan secara khusus adalah mereka yang telah atau sedang mengunjungi (konsumen) restoran cepat saji lokal bermerek AZ Express Food yang terletak di Jalan A. Yani Kota Banjarbaru. Responden ini akan bertanggung jawab untuk menyediakan data dengan menggunakan berbagai instrumen studi yang ditawarkan.

2. Objek

Objek penelitian adalah semua bentuk yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, dengan tujuan memperoleh informasi dan menyusun kesimpulan berdasarkan temuan tersebut (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yang dimaksud oleh peneliti yaitu keputusan pembelian, *Islamic branding*, religiusitas, dan *product variety* terhadap produk AZ Express Food Banjarbaru.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan fakta yang menjadi subjek penelitian dalam lingkup dan jangka waktu tertentu. Populasi sebagai kategori komprehensif yang mencakup benda atau orang yang memiliki jumlah dan kualitas tertentu, yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian dan menarik kesimpulan (Rahmatunnisa, 2022, hlm. 37).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen muslim AZ Express Food yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Untuk itu dalam penentuan jumlah sampel menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *insidental sampling* (Timpaulu dkk., 2023, hlm. 169).

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti, yang memberikan representasi terbatas mengenai ukuran dan atributnya. Signifikansi sampel terletak pada kemampuannya untuk menggambarkan seluruh populasi secara akurat, karena kesimpulan yang diambil dari sampel dapat diekstrapolasi ke populasi secara luas (Sugiyono, 2011, hlm. 120).

Rumus Lemeshow (1997) digunakan untuk memastikan ukuran sampel karena kurangnya pengetahuan yang tepat mengenai ukuran populasi. Metode ini menawarkan kriteria yang tepat untuk memilih ukuran sampel yang sesuai dan signifikan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, pemilihan metodologi dan formula yang cermat sangat penting dalam menjamin keakuratan dan keandalan temuan penelitian. Berikut ini rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Maka hasil perhitungan dari rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01}$$

$$n = \frac{0,96}{0,01}$$

$$n = 96$$

Berdasarkan rumus Lemeshow maka jumlah sampel diperoleh sebagai sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang dapat mewakili populasi. Adapun untuk teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling purposive* yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara menentukan beberapa kriteria kepada responden yang sesuai dengan keperluan

penelitian (Sugiyono 2011, hlm. 126). Dalam penelitian ini kriteria responden yang bisa mengisi kuesioner yaitu:

- a) Konsumen AZ Express Food Banjarbaru
- b) Beragama Islam

E. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer dikumpulkan sebagai bagian dari penelitian (Ismanto dan Pebruary 2021, hlm. 4). Data primer adalah data yang belum pernah diolah oleh pihak tertentu, data primer menunjukkan keaslian informasi yang terkandung didalam data tersebut (Rahmatunnisa, 2022, hlm. 39).

Sumber data primer yang diperoleh dalam penelitian ini langsung dari sumber penelitian yaitu responden yang melakukan pengisian angket atau kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan berbeda, dan digunakan oleh orang atau organisasi lain untuk penelitian atau analisis mereka sendiri. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan lain sebagainya (Digdowiseiso 2017, hlm 157). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, literatur, catatan dan data yang didapat dari sumber internet.

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengirimkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh tanggapannya (Sugiyono, 2011, hlm. 192). Dalam penelitian ini menggunakan formulir survei atau kuesioner tertutup, dimana peserta diminta memilih tanggapannya dari pilihan yang tersedia dalam formulir survei atau kuesioner, (Rahardi, 2022, hlm 46).

Proses pengumpulan data melalui kuesioner memerlukan serangkaian proses yang berurutan, sebagaimana diuraikan secara ringkas oleh Rahmatunnisa pada tahun 2022. Distribusi Kuesioner: Langkah pertama melibatkan penyebaran kuesioner kepada individu yang diidentifikasi sebagai peserta penelitian. Pendistribusiannya dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media elektronik.

Responden wajib mengisi kuesioner dengan memberikan tanggapan atau jawaban yang sesuai terhadap pertanyaan atau keterangan yang diajukan. Faktor penting dalam memperoleh data yang tepat dan relevan adalah transparansi dan keterusterangan responden dalam memberikan tanggapan mereka.

Pengumpulan data, pemilihan data, dan analisis data: Setelah kuesioner dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah prosedur pemilihan dan analisis data. Data yang terkumpul akan dianalisis untuk mendeteksi pola yang berkembang, tren, dan penemuan, sejalan dengan tujuan penelitian. Prosedur ini sangat penting

untuk menghasilkan hasil yang dapat diandalkan dan menawarkan pemahaman komprehensif mengenai subjek investigasi (Rahmatunnisa, 2022, hlm. 40).

G. Variabel Penelitian

Variabel penelitian dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang digunakan yaitu satu variabel dependen Y (Keputusan Pembelian) dan tiga variabel independen X1 (*Islamic branding*), X2 (Religiusitasi), dan X3 (*Product Variety*).

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen yang dinotasikan dengan Y mewakili keputusan pembelian. Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau ditentukan oleh adanya variabel bebas (Rahmatunnisa, 2022, hlm. 41). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y) terhadap pembelian produk AZ Express Food yang terletak di Kota Banjarbaru.

2. Variabel Independent (X)

Variabel independent atau bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau membawa perubahan pada variabel terikat. Penelitian ini mencakup tiga variabel independen, yaitu:

- a. *Islamic Branding* (X1): Variabel ini mengukur sejauh mana merek AZ Express Food dikaitkan dengan prinsip-prinsip Islam dan sejauh mana hal ini mempengaruhi pilihan pembelian konsumen.

- b. Religiusitas (X2): Variabel ini mengukur tingkat religiusitas konsumen, yang dapat mempengaruhi pilihan pembelian item AZ Express Food.
- c. *Product Variety* (X3): Variabel ini mencakup jangkauan atau ragam produk yang disediakan oleh AZ Express Food, dan sejauh mana keragaman ini memengaruhi pilihan pembelian klien.

H. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan standar yang digunakan dalam alat ukur untuk menetapkan interval atau rentang. Hal ini memastikan bahwa temuan yang diperoleh dari penggunaan alat ukur tersebut akan berupa data kuantitatif (Sugiyono 2011, hlm. 135).

Dalam penelitian ini digunakan skala *likert* sebagai alat ukurnya. Skala *likert* dipilih sebagai salah satu teknik pengukuran karena kemampuannya menilai sikap, pandangan, dan persepsi orang atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Skala *likert* digunakan untuk mengukur variabel dengan cara memecahnya menjadi indikator-indikator variabel. Indikator-indikator tersebut kemudian digunakan untuk membangun item-item instrumen, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono 2011, hlm. 136).

Skala *likert* dalam keperluan analisis kuantitatif pada umumnya diberi skor 1 hingga 5, yaitu:

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	N (Netral)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Data diolah, 2023

I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati (Sugiyono 2011, hlm. 148). Instrumen atau alat yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang memuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan masalah tujuan penelitian setiap teknik pengumpulan data akan memiliki bentuk instrumen yang berbeda (Rahmatunnisa 2022, hlm. 44). Instrumen-instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian. Instrumen penelitian digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar mempermudah pekerjaannya dan hasil lebih baik, supaya lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

Berikut ini indikator-indikator yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan tempat penyaluran 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran 	<i>Likert</i>
<i>Islamic branding</i> (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keakraban merek 2. Kepercayaan konsumen 3. Label halal 	<i>Likert</i>
Religiusitas (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan/ideologis 2. Praktik agama/ritualistik 3. Pengalaman/eksperensial 4. Pengetahuan agama/intelektual 5. Pengalaman dan konsekuensi 	<i>Likert</i>
<i>Product Variety</i> (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki berbagai macam rasa 2. Memiliki berbagai macam jenis produk 3. Ketersediaan produk yang lengkap setiap saat 4. Varian rasa dari setiap produk selalu terjaga kualitasnya dari 	<i>Likert</i>

	dulu hingga sekarang	
--	----------------------	--

Sumber: Data diolah, 2023

J. Metode Analisis Data

Uji instrumen yang dilakukan yaitu uji kualitas data dengan cara melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, serta dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengevaluasi seberapa akurat suatu tes dalam menjalankan fungsinya, yakni apakah instrumen pengukur yang telah dirancang mampu secara tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji ini difokuskan untuk mengevaluasi validitas suatu kuesioner dengan mengukur legitimasi atau validitas setiap pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian (Rahmatunnisa 2022, hlm. 46). Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner dapat diketahui kalau Nilai Prob. $< 0,05$ maka item tersebut valid, sedangkan kalau Nilai Prob. $> 0,05$ maka item tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Konsistensi alat ukur dinilai melalui pengujian reliabilitas, yang menentukan apakah instrumen tersebut dapat diandalkan dan menjaga konsistensi selama pengukuran berulang. Kemampuan instrumen untuk memberikan hasil yang konsisten setelah beberapa kali pengukuran merupakan salah satu aspek konsistensinya. Suatu alat ukur dikatakan handal apabila menghasilkan hasil

pengukuran yang konsisten dan akurat, sehingga dapat dipertanggungjawabkan keakuratannya (Rahmatunnisa 2022, hlm. 46).

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut (Elfinasari 2023, hlm. 63). Untuk mengetahui reliabilitas adalah nilai *Cronbach Alpha* $> 0,600$. *Cronbach Alpha* berkisar antara 0 – 1.

Adapun beberapa kriteria nilai *Cronbach Alpha*, jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna, α antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi, α 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat, dan $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel (Wahyuni, 2014).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan setelah model regresi diestimasi. Uji Asumsi klasik tujuannya untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik (Mardiatmoko 2020, hlm. 334). Dalam uji asumsi klasik dilakukan beberapa uji sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependennya memiliki distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas residual juga berguna untuk memastikan bahwa hasil atau

simpulan dari uji F dan uji T dinyatakan valid. Sehingga untuk setiap analisis regresi idealnya residual yang dihasilkan terdistribusi secara normal, atau asumsi normalitas terpenuhi.

Uji normalitas yang dapat dilakukan pada aplikasi Eviews menggunakan metode jarque bera. Keputusan terdistribusi normal atau tidak suatu residual secara sederhana dengan membandingkan nilai Probabilitas Jarque-Bera (JB) hitung dengan tingkat alpha 0,05 (5%). Apabila Prob. JB hitung $> 0,05$ maka residual terdistribusi normal, sebaliknya kalau nilai Prob. JB hitung $< 0,05$ maka residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Untuk mencegah bias dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen (variabel independen) dalam model regresi. Eviews 10 dapat digunakan untuk menghitung *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF), yang merupakan alat analisis untuk menentukan ada tidaknya. Pada analisis asumsi multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa multikolinieritas tidak terjadi jika nilai VIF kurang dari 10, dan multikolinieritas terjadi jika nilai VIF lebih besar dari 10. Selanjutnya, nilai toleransi $> 0,1$ menunjukkan tidak adanya multikolinieritas. multikolinieritas, sedangkan nilai toleransi $< 0,1$ menunjukkan adanya multikolinieritas.

Analisis ini menyoroti derajat korelasi antar variabel independen dalam model regresi, yang mungkin berdampak pada validitas dan stabilitas temuan

analisis regresi. Kita dapat memastikan bahwa hasil uji hipotesis tentang pengaruh yang berbeda dari variabel independen terhadap variabel dependen akurat dan dapat diandalkan dengan mengenali dan menyelesaikan masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi stisklasik heteroskedastisitas, penyimpangan asumsi stisklasik heteroskedastisitas disini adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian ini dirancang untuk mengetahui apakah residu antar observasi dalam model regresi menunjukkan ketidaksamaan varians. Heteroskedastisitas terjadi jika varian residu berubah-ubah, sedangkan homoskedastisitas muncul ketika varian residu tetap konstan antar pengamatan. Persyaratan homoskedastisitas harus dipenuhi saat menafsirkan hasil analisis regresi (Elfinasari 2023, hlm. 65). Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya heteroskedastisitas.

Eviews mengizinkan penggunaan berbagai metode uji heteroskedastisitas, seperti Harvey, Glejser, ARCH, White, dan Breusch-Pagan-Godfrey. Nilai Probabilitas F yang dihitung dapat digunakan untuk mengevaluasi uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak ada jika nilai probabilitas F hitung lebih besar dari ambang batas alpha, atau $> 0,05$ (5%). Sedangkan heteroskedastisitas pada model regresi diindikasikan jika nilai probabilitas F hitung lebih kecil dari ambang batas alpha yaitu $< 0,05$ (5%). Investigasi ini

menyoroti sejauh mana disparitas varians sisa dapat mempengaruhi interpretasi dan hasil model regresi.

d. Persamaan Regresi Linear Berganda

Regresi berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda mengungkapkan adanya hubungan linier antara dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3, \dots) dan variabel terikat (Y). Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, serta apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengantisipasi nilai variabel terikat ketika nilai variabel bebas bertambah atau berkurang (Matondang dan Nasution 2021, hlm. 17). Model regresi linier berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = *Islamic branding*

X_2 = Religiusitas

X_3 = *Product Variety*

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai determinasi menunjukkan seberapa besar persentase model regresi mampu menjelaskan variabel dependen. Batas nilai R^2 adalah $0 \leq R^2 \leq 1$. Apabila nilai $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak dapat dijelaskan oleh variabel dependen secara bersamaan. Sedangkan apabila nilai $R^2 = 1$ berarti variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen secara bersamaan. Adjusted R Square sendiri adalah nilai R Square (R^2) yang telah terkoreksi, dimana nilai ini untuk menutupi kelemahan dari R square yang mana nilai akan selalu membaik jika menambah variabel, sedang Adjusted R square nilai tidak selalu bertambah apabila dilakukan penambahan variabel. Nilai Adjusted R Square biasanya digunakan pada model regresi yang menggunakan tiga atau lebih variabel independen (Priyatno 2022, hlm. 14).

K. Pengujian Hipotesis

Analisis data dan desain pengujian hipotesis menggunakan uji f dan uji t, (Fauzi, 2022, hlm. 25). Dalam olah datanya menggunakan aplikasi Eviews (Econometric Views) 10. Eviews merupakan program komputer pengolah data statistika dan ekonometrika (Priyano 2020, hlm.4).

1. Uji F (Secara Simultan)

Dalam model regresi, kontribusi gabungan seluruh variabel independen dinilai dengan menggunakan uji F. Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Priyatno 2022, hlm. 13). Selain itu, uji F menunjukkan apakah

model regresi yang digunakan adalah linier sederhana atau linier berganda (Kareni 2023, hlm. 97).

Hasil uji f dapat diketahui hasilnya apabila nilai Prob. yang dibandingkan dengan tingkat signifikansi atau α yaitu 0,05 dan F-hitung dengan F-tabel.

a. Jika nilai Prob. $> 0,05$ maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai Prob. $F < 0,05$ maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai F-hitung $> F$ -tabel maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai F-hitung $< F$ -tabel maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji T (Secara Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno 2022, hlm. 14). Hasil uji t dapat diketahui hasilnya apabila nilai Prob. yang dibandingkan dengan tingkat signifikansi atau α yaitu 0,05.

a. Jika nilai Prob $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai Prob. $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai T-hitung $> T$ -tabel maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila

nilai $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$ maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.