

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara yang digunakan peneliti untuk menentukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan dengan menggunakan metode-metode ilmiah. Dalam penelitian ini paling tidak mencakup beberapa hal seperti jenis penelitian dan pendekatan penelitian dan lain sebagainya.

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini akan dijelaskan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu pengamatan secara langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan dengan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif sering dinamakan metode tradisional, positivistik, *scientific* dan metode *discovery*.

“Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut metode ilmiah / *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional

dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik”¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kausalitas (*causal research*) yaitu penelitian yang digunakan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat antara faktor tertentu yang mungkin menjadi penyebab gejala yang diselidiki. Penelitian kausal bertujuan untuk menguji hipotesis tentang hubungan sebab akibat. Kausal merupakan penelitian yang menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, juga mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih.²

Dalam penelitian ini, pendekatan kausalitas digunakan untuk mencari bagaimana pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan catering Nurul Hayat.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Yang dimaksud subjek penelitian, adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran.³ Adapun subjek penelitian dalam pembahasan ini adalah orang yang telah berkecimpung di wilayah Catering Aqiqah Nurul Hayat.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2013), hlm.12.

² Mudrajat Kuncoro, “*Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*” (Jakarta: Erlangga, 2009) hlm. 15.

³ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 1989, hlm. 862.

Yang dimaksud obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian.⁴ Adapun objek penelitian ini adalah sertifikasi halal, kualitas produk, harga, dan kenaikan penjualan.

C. Tempat atau Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di wilayah Catering Aqiqah yang sudah bersertifikat halal di Yogyakarta. Agar penelitian ini sesuai dengan apa yang diharapkan maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian, yaitu Catering Aqiqah Nurul Hayat yang beralamat di Jalan Veteran No. 160, Pandeyan, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Adapun penelitian di lokasi tersebut karena penulis berkepentingan dengan masalah ini dalam rangka penyusunan Tesis untuk meraih gelar Magister Ekonomi pada Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, dan lokasi ini berdekatan dengan lokasi penulis sehingga memudahkan bagi penulis.

D. Variabel dan Definisi Oprasional Variabel

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.⁵ Sedangkan Sugiyono mendefinisikan variable sebagai suatu gejala yang bervariasi. Untuk memberikan arah yang jelas serta kajian yang lebih mendalam terhadap masalah yang akan dipecahkan, maka perlu diberikan definisi operasional mengenai variabel

⁴*Ibid*, hlm. 622.

⁵ Arikunto, *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktek*". (Jakarta, 1996), hlm. 109.

yang ada dalam penelitian ini.⁶ Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Sertifikasi Halal (X₁)

Menurut MUI produk halal yang sudah berhak menerima sertifikasi “halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu”:

- a. Tidak mengandung babi dan bahan dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan yang diharamkan seperti bahan dari organ manusia, darah, kotoran dan lain-lain.
- c. Semua yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut syariat Islam.
- d. Tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.
- e. Semua makanan dan minuman tidak berbahan khamar.

Sementara menurut Shaari dan Arifin “ada beberapa indikator sarana untuk memilih produk yang bersertifikat halal yaitu”:

- a. Logo halal penting dalam memilih produk.
- b. Pilih produk halal berdasarkan logo halal pada produk.

⁶ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*. Bandung, 2003, hlm. 32.

- c. Membeli tanpa mempertimbangkan institusi mana.
- d. Tidak masalah siapa yang menghasilkan logo halal.
- e. Ketahuilah bahwa logo palsu ada.
- f. Ketahuilah untuk membedakan antara logo halal asli dan tidak asli.
- g. Kenali produk tertentu yang mendapatkan sertifikat halal dari negara lain.
- h. Akan membeli produk yang memiliki logo halal dari negara lain.
- i. Akan selalu berhati-hati saat memilih produk dengan logo halal.

2. Kualitas Produk (X₂)

Menurut Orville, Larreche, dan Boyd “apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi atau indikator apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu”:

- a. *Performance* (Kinerja)
- b. *Durability* (Daya Tahan)
- c. *Conformance to Specifications* (Kesesuaian dengan Spesifikasi)
- d. *Features* (Fitur)
- e. *Reliability* (Reliabilitas)
- f. *Aesthetics* (Estetika)
- g. *Perceived Quality* (Kesan Kualitas)

3. Harga (X_3)

Kotler dan Amstrong mengungkapkan “bahwa di dalam indikator harga terdapat beberapa unsur kegiatan utama tentang harga. Indikator tersebut meliputi”:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produksi
- e. Harga mempengaruhi daya beli konsumen

4. Peningkatan Penjualan (Y)

Menurut Basu ada beberapa faktor untuk mempengaruhi tinggakt penjualan pada umumnya yaitu”:

- a. Sertifikasi Halal (faktor eksternal)
- b. Kualitas Produk (faktor internal)
- c. Harga (faktor internal)

E. Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampling

Polulasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷ Populasi yang akan dijadikan sasaran penelitian adalah seluruh konsumen dan produsen Catering Aqiqah Nurul Hayat yang

⁷ Sugiyono. “*Statistika untuk Penelitian*”. (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), hlm. 90.

menjadi objeknya. Jumlah populasi yang cukup besar akan tetapi tidak semuanya oleh peneliti diambil. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan, tenaga, dana, dan waktu. Maka peneliti akan menggunakan sebagian sampel yang diambil dari populasi itu.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut atau responden yang mewakili populasi.⁸ Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Teknik ini merupakan cara pemilihan sampel dimana anggota dari populasi dipilih satu-persatu secara acak (semua mendapatkan kesempatan yang sama) dimana jika sudah terpilih, tidak dapat dipilih lagi.⁹ Dikarenakan jumlah populasi tidak dapat diketahui secara jelas, maka penentuan jumlah sampel menggunakan metode rata-rata penjualan perbulan mencapai 150 konsumen. Sehingga peneliti mengambil sebagian secara acak dari total keseluruhan populasi sebesar 150 responden untuk penelitian ini dan akan dijadikan sampel terdiri dari 143 orang dari konsumen dan 7 orang dari produsen.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara

⁸ *Ibid.* hlm. 90.

⁹ Sugiyono. “*Metodologi Penelitian Kombinasi Cetakan ke-3*” (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), hlm. 122.

spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.¹⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa:

1. Angket

Pertanyaan-pertanyaan dalam angket berisi pertanyaan tertutup yang disebarakan kepada konsumen dan produsen Catering Aqiqah Nurul Hayat di Kota Yogyakarta. Pertanyaan tersebut kemudian diukur dengan menggunakan *Rating Scale*. Dengan menggunakan *rating scale* responden diminta untuk mengisi salah satu jawaban kuantitatif yang telah disediakan, sehingga dengan *rating scale* responden lebih fleksibel dalam melakukan penilaian terhadap diri sendiri sesuai dengan pengalaman yang pernah dirasakan dan ditafsirkan secara kualitatif oleh peneliti.

Penilaian *rating scale* dimulai dari penelitian yang paling buruk sampai dengan penilaian paling baik. Seperti skala pengukuran di bawah ini:

Tidak Setuju	Sangat Setuju
Terburuk	Terbaik
0	10
1	9
2	8
3	7
4	6
5	5
6	4
7	3
8	2
9	1

2. Dokumentasi

Sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh peneliti dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan,

¹⁰ Sugiyono. "*Statistika untuk Penelitian*". (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), hlm.119.

baik itu berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya untuk memperkuat hasil penelitian ini.

G. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penelitian ini uji validitas alat ukur yang akan dipakai menggunakan teknik *product moment*. Hasil penelitian yang valid terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas berarti instrumen yang dipilih dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.¹¹ Valid berarti instrumen yang dipilih dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.¹² Jika r hasil $>$ dari r tabel maka dikatakan valid dan jika r hasil $<$ dari r tabel maka dikatakan tidak valid.

Tingkat validitas dilihat dengan mengkonsultasikan label *product moment pearson* berdasarkan taraf signifikansi 5% dengan $N = 30$ dan df (*degree of freedom*) = $N-2$ atau dalam kasus ini $df = 30-2 = 28$, maka didapatkan angka r tabel = 0,361. Untuk mengukur validitas kuisioner diambil sampel yang dianggap mewakili

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*". (Bandung: CV Alfabeta, 2005), hlm. 119.

¹² *Ibid.* hlm. 109.

keseluruhan responden dengan menggunakan teknik *korelasi product moment*:¹³

$$r = \frac{n (\sum x \cdot y) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien Korelasi *product moment*
- n = Banyaknya Sampel
- x = Nilai dari Item
- y = Nilai dari total item

Dengan *level of significance* atau $\alpha = 0,1$ dengan derajat kebebasan $(n-2)$ dan n adalah jumlah sampel penelitian, maka dapat dicari r tabel. Kriteria pengujian validitas:¹⁴

$r_{hitung} \geq r_{tabel}$, berarti kuesioner dikatakan valid

$r_{hitung} \leq r_{tabel}$, berarti kuesioner dikatakan tidak valid.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari seluruh variabel yang menjadi indikator dari variabel persepsi sertifikasi halal:

¹³ Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 195.

¹⁴ S. Santoso dan F. Tjiptono, *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 24.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Sertifikasi Halal (X₁)

Pertanyaan	N	r table	r hitung	Keterangan
Pertanyaan 1	30	0,361	0,719	Valid
Pertanyaan 2	30	0,361	0,727	Valid
Pertanyaan 3	30	0,361	0,790	Valid
Pertanyaan 4	30	0,361	0,821	Valid
Pertanyaan 5	30	0,361	0,761	Valid
Pertanyaan 6	30	0,361	0,641	Valid
Pertanyaan 7	30	0,361	0,624	Valid
Pertanyaan 8	30	0,361	0,645	Valid
Pertanyaan 9	30	0,361	0,487	Valid
Pertanyaan 10	30	0,361	0,682	Valid
Pertanyaan 11	30	0,361	0,746	Valid
Pertanyaan 12	30	0,361	0,614	Valid
Pertanyaan 13	30	0,361	0,701	Valid
Pertanyaan 14	30	0,361	0,774	Valid
Pertanyaan 15	30	0,361	0,777	Valid
Pertanyaan 16	30	0,361	0,698	Valid
Pertanyaan 17	30	0,361	0,766	Valid
Pertanyaan 18	30	0,361	0,789	Valid
Pertanyaan 19	30	0,361	0,501	Valid

Sumber: Output SPSS 24.0

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai r hitung dari seluruh butir pertanyaan pada variabel persepsi sertifikasi halal lebih besar nilai r table ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa

seluruh butir pertanyaan pada variabel persepsi sertifikasi halal adalah valid.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari seluruh variabel yang menjadi indikator variabel persepsi kualitas produk:

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas Produk (X₂)

Pertanyaan	N	r table	r hitung	Keterangan
Pertanyaan 1	30	0,361	0,457	Valid
Pertanyaan 2	30	0,361	0,497	Valid
Pertanyaan 3	30	0,361	0,597	Valid
Pertanyaan 4	30	0,361	0,448	Valid
Pertanyaan 5	30	0,361	0,553	Valid
Pertanyaan 6	30	0,361	0,394	Valid
Pertanyaan 7	30	0,361	0,391	Valid
Pertanyaan 8	30	0,361	0,512	Valid
Pertanyaan 9	30	0,361	0,544	Valid
Pertanyaan 10	30	0,361	0,431	Valid
Pertanyaan 11	30	0,361	0,419	Valid
Pertanyaan 12	30	0,361	0,529	Valid
Pertanyaan 13	30	0,361	0,602	Valid
Pertanyaan 14	30	0,361	0,598	Valid
Pertanyaan 15	30	0,361	0,633	Valid
Pertanyaan 16	30	0,361	0,590	Valid
Pertanyaan 17	30	0,361	0,536	Valid
Pertanyaan 18	30	0,361	0,474	Valid
Pertanyaan 19	30	0,361	0,631	Valid

Sumber: Output SPSS 24.0

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai r hitung dari seluruh butir pertanyaan pada variabel persepsi kualitas produk lebih besar nilai r table ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$) dan dapat dilakukan penelitian lebih lanjut dan seluruh pertanyaan adalah valid.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari seluruh variabel yang menjadi indikator variabel persepsi harga:

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X₃)

Pertanyaan	N	r table	r hitung	Keterangan
Pertanyaan 1	30	0,361	0,671	Valid
Pertanyaan 2	30	0,361	0,713	Valid
Pertanyaan 3	30	0,361	0,634	Valid
Pertanyaan 4	30	0,361	0,782	Valid
Pertanyaan 5	30	0,361	0,759	Valid
Pertanyaan 6	30	0,361	0,618	Valid
Pertanyaan 7	30	0,361	0,419	Valid

Sumber: Output SPSS 24.0

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai r hitung dari seluruh butir pertanyaan pada variabel persepsi harga lebih besar nilai r table ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel persepsi harga adalah valid.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari seluruh variabel yang menjadi indikator peningkatan penjualan:

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Peningkatan Penjualan (Y)

Pertanyaan	N	r table	r hitung	Keterangan
Pertanyaan 1	30	0,361	0,782	Valid
Pertanyaan 2	30	0,361	0,823	Valid
Pertanyaan 3	30	0,361	0,543	Valid

Sumber: Output SPSS 24.0

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel persepsi peningkatan penjualan lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh item pertanyaan pada variabel persepsi peningkatan penjualan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian ketahanan alat ukur atau tingkat konsistensi hasil pengukuran dan mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang sama bila dilakukan pengukuran kembali pada objek yang sama. Bila suatu pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel.¹⁵

Setelah kuesioner dibuat, kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji

¹⁵ Saifudin Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hlm. 61.

reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Dengan rumus sebagai berikut:¹⁶

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha^2 \cdot b}{\alpha^2 t} \right]$$

Keterangan :

r = koefisien reliability instrument (cronbach alfa)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\alpha^2 t$ = Total Varians

$\sum \alpha^2 \cdot b$ = Total Varians Butir

Berdasarkan pada uji reliabilitas, diketahui hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N	Nilai Cronbach Alpha	Ketentuan Nilai Cronbach Alpha	Status
Sertifikasi Halal	30	0,952	0,600	Reliabel
Kualitas Produk	30	0,888	0,600	Reliabel
Harga	30	0,874	0,600	Reliabel

¹⁶ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, hlm. 110.

Peningkatan Penjualan	30	0,837	0,600	Reliabel
--------------------------	----	-------	-------	----------

Sumber: Output SPSS 24.0

Tabel 6 menunjukkan hasil uji reliabilitas semua variabel independen angka 0,600. Dengan hasil nilai *cronbach alpha* > ketentuan nilai *cronbach alpha* Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan telah memenuhi syarat reliabilitas atau dengan kata lain bahwa tingkat reliabilitas angket ini reliabel sebagai instrumen penelitian.

H. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara kuisioner (angket) dan dokumentasi. Dapat dilakukan dengan cara memberi angket yang berisi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis yang sifatnya terbuka atau tertutup kepada reponden untuk dijawabnya.¹⁷

Dokumentasi sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh peneliti dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya untuk memperkuat hasil penelitian ini.

Sedangkan kuisioner ini merupakan daftar pertanyaan terbuka atau tertutup yang didistribusikan kepada responden untuk diisi sehingga hasil

¹⁷ Umardi Suryabrata, “*Metode Penelitian*”, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 43.

isian dari responden merupakan tanggapan dan jawaban atas berbagai pertanyaan yang diajukan dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang mereka ketahui. Kuisisioner dalam penelitian ini didistribusikan kepada para owner atau pihak manajemen. Adapun kisi-kisi angket kuisisioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7
Kisi-Kisi Angket Kuisisioner

No	Variabel	Indikator-Indikator	No	Jml
1	Sertifikasi Halal (MUI, 1998) 1-5 dan (Shaari dan Arifin, 2010) 6-14	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak mengandung babi dan bahan dari babi. 2. Tidak mengandung bahan yang diharamkan seperti bahan dari organ manusia, darah, kotoran dan lain-lain. 3. Semua yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut syariat Islam. 4. Tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam. 5. Semua makanan dan minuman tidak berbahan khamar. 6. Logo halal penting dalam memilih produk. 7. Pilih produk halal berdasarkan logo halal pada produk. 	1-19	19

		<p>8. Membeli tanpa mempertimbangkan institusi mana.</p> <p>9. Tidak masalah siapa yang menghasilkan logo halal.</p> <p>10. Ketahuilah bahwa logo palsu ada.</p> <p>11. Ketahuilah untuk membedakan antara logo halal asli dan tidak asli.</p> <p>12. Kenali produk tertentu yang mendapatkan sertifikat halal dari negara lain.</p> <p>13. Akan membeli produk yang memiliki logo halal dari negara lain.</p> <p>14. Akan selalu berhati-hati saat memilih produk dengan logo halal.</p>		
2	Kualitas Produk (Orville, Larreche, dan Boyd, 2005)	<p>1. Kinerja</p> <p>2. Daya Tahan</p> <p>3. Kesesuaian dengan Spesifikasi</p> <p>4. Fitur</p> <p>5. Reliabilitas</p> <p>6. Estetika</p> <p>7. Kesan Kualitas</p>	20-38	19
3	Harga (Kotler dan Amstrong, 2008)	<p>1. Keterjangkauan harga</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>3. Daya saing harga</p> <p>4. Kesesuaian harga dengan manfaat produksi</p> <p>5. Harga mempengaruhi daya beli konsumen</p>	39-45	7
4	Peningkatan Penjualan (Basu, 1999)	<p>1. Sertifikasi Halal</p> <p>2. Kualitas Produk</p> <p>3. Harga</p>	46-48	3

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Analisis Deskriptif

Analisis ini dilakukan berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari jawaban kuisisioner yang diisi responden. Deskriptif merupakan statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap obyek atau subyek penelitian melalui data sampel atau poplasi sebagaimana adanya. Studi deskriptif umumnya digunakakn untuk mengenali distribusi dan prilaku data yang dimiliki.¹⁸

Dalam penyajian data melalui deskriptif ini, data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan menyajikan table-tabel dan grafik-grafik.

2. Uji Asusmsi Klasik

Uji asusmsi klasik dapat dilakukan agar model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang representatif.

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Kita dapat

¹⁸ Mudrajad Kuncoro, “*Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi 2*” (Yogyakarta: AMP YKPN, 2004) hlm. 14.

melihatnya dari *normal probability plot* yang membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data yang akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya / grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal. Apabila data jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonalnya / grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen dan tidak *orthogonal* atau nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas pada variabel independennya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan lain. Kita dapat melihatnya dari grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar membentuk

pola tertentu atau teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila titik-titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. “Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variable independen (*explanatory*) terhadap satu variable dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus. Sedangkan dalam kasus penelitian ini, rumus yang terbentuk adalah:”¹⁹

$$\hat{Y} = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

Di mana:

\hat{Y} = Peningkatan penjualan sebagai variabel dependen

A = Konstanta

$b_1- b_3$ = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Sertifikasi halal sebagai variabel independen

¹⁹ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS, Cet-1*, (Semarang: Semarang University Press, 2012), Hlm. 13.

X_2 = Kualitas produk sebagai variabel indepenen

X_3 = Harga sebagai variabel indepenen

Pengujian hipotesis pada penelitian ini akan digunakan dan koefisiensi determinasi (R^2), uji-t dan uji-F berikut in adalah penjelasannya:

a. Uji-t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, dan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

Di mana:

t_{hitung} = Nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

H_0 = variabel-variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

H_a = variabel-variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

2) Menentukan tingkat signifikansi (*alpha*) sebesar 5%

3) Membandingkan besarnya angka t penelitian dengan t table:

Kriteria hipotesis sebagai berikut:

Jika t penelitian > dari t table maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika t penelitian < dari t table maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

4) Atau dengan membandingkan angka taraf signifikansi (sig) hasil perhitungan dengan taraf signifikansi 0,05 (5%).

Dengan keputusan :

Jika signifikansi t penelitian <5% maka H_a diterima

Jika signifikansi t penelitian >5% maka H_0 diterima

b. Uji-F

Uji-F untuk mengetahui pengaruh variabel sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama terhadap

peningkatan penjualan. Langkah-langkah yang digunakan sebagai berikut :²⁰

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (N - k)}$$

Di mana:

R^2 = Koefisien determinasi

N = Banyaknya sampel

k = Banyaknya parameter / koefisien regresi plus konstanta

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1) Menentukan Hipotesis

H_0 = variabel-variabel independen secara stimulan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

H_a = variabel-variabel independen secara stimulan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

2) Menentukan tingkat signifikansi (*alpha*) sebesar 5%

3) Membandingkan besarnya angka F penelitian dengan F table:

Kriteria hipotesis sebagai berikut:

Jika F penelitian > dari F table maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika F penelitian < dari F table maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

²⁰ Ridwan, “*Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*”, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm 166.

4) Atau dengan membandingkan angka taraf signifikansi (sig) hasil perhitungan dengan taraf signifikansi 0,05 (5%).

Dengan keputusan :

Jika signifikansi F penelitian <5% maka H_a diterima

Jika signifikansi F penelitian >5% maka H_0 diterima

c. Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jadi nilai R^2 menunjukkan besarnya proporsi variabel independen dalam kemampuannya menjelaskan variabel dependen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\sum Y + b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y - n(\bar{Y})^2}{\sqrt{\sum Y^2 - n(\bar{Y})^2}}$$

Keterangan:

R^2 = Koefesien determinasi

X_1, X_2, X_3 = Variabel Independen

B_1, B_2, B_3 = Koefisiensi Regresi

Y = Variabel Independen

n = Jumlah Sampel

\bar{Y} = Rata-rata Variabel Independen