

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:2), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode Penelitian berhubungan erat dengan procedure, teknik, alat serta desain penelitian yang digunakan. Desain penelitian harus cocok dengan pendekatan penelitian yang dipilih.

3.1.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Melakukan penelitian pada sebuah masalah, diperlukan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian untuk pemecahan masalah dari objek yang sedang diteliti dengan maksud agar tujuan dapat tercapai. Menurut Sugiyono (2020:2).

"Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan analisis verifikatif, karena terdapat variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya.

Pernyataan diatas dapat diinterpretasikan bahwa metodologi penelitian adalah cara ilmiah yang berarti kegiatan penelitian bersifat rasional (dengan cara yang masuk akal), empiris (dapat diamati oleh indra manusia) dan sistematis

(menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis) untuk mencari, memperoleh, mengumpulkan, mencatat data baik primer maupun sekunder yang dapat digunakan misalnya untuk menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diperoleh.

Dalam penelitian ini penulis bermaksud mengumpulkan data dengan menggunakan metode penelitian survei. Survei merupakan penelitian yang dilakukan menggunakan dengan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan dalam populasi besar maupun kecil. Menurut Sugiyono (2020:57) pengertian metode survei adalah “Pengertian metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologi, maupun psikologis”. Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail dengan latar belakang, sifat-sifat, serta karakteristik yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu yang menjadi perhatian dalam penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Objek penelitian menurut Sugiyono (2019:55) adalah: “Objek penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dapat diketahui, bahwa objek penelitian ini adalah kinerja auditor yang dipengaruhi oleh kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional, kecerdasan spiritual, dan kecerdasan adversitas.”

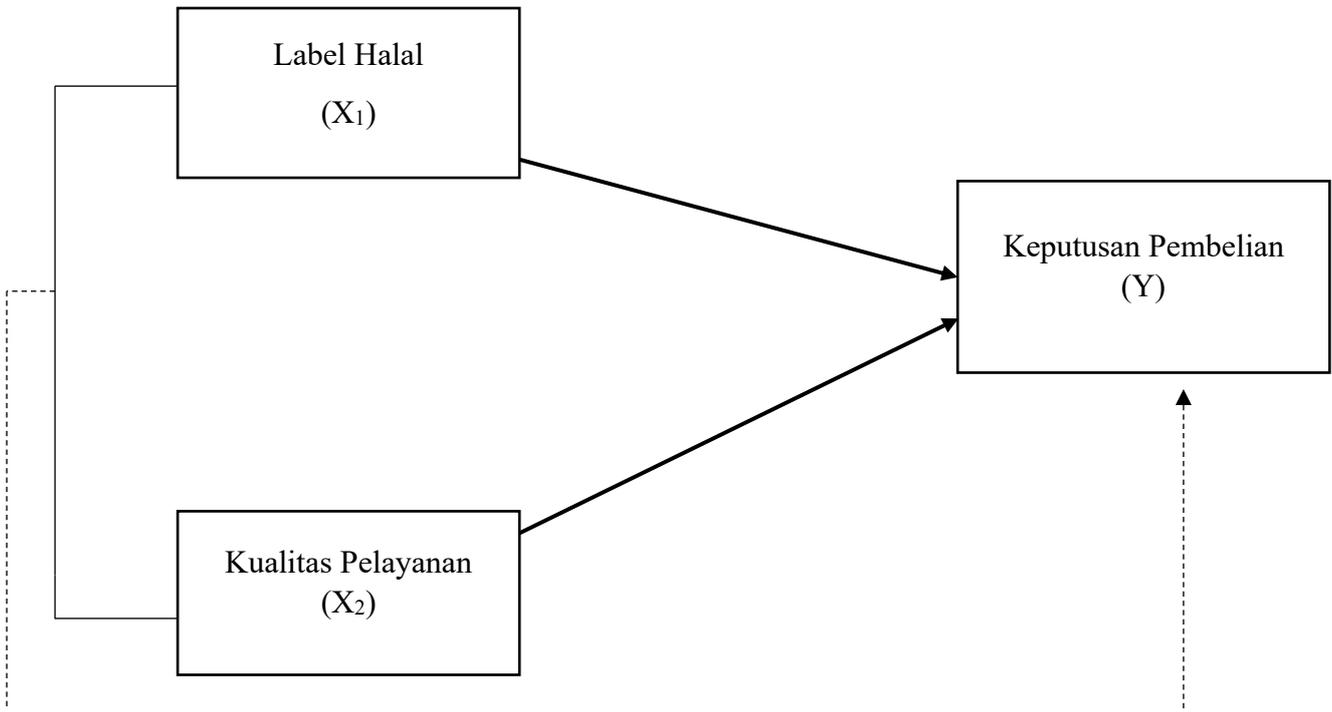
Sedangkan objek penelitian menurut Husein Umar (2019:46) adalah:

“Objek penelitian dapat merupakan perusahaan, kelompok perusahaan, produk perusahaan, SDM perusahaan, atau lainnya yang menghadapi satu atau beberapa masalah.”

Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti adalah seberapa besar pengaruh label halal dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Es Krim Mixue Golden Square di Baleendah.

3.1.3 Model Penelitian

Penelitian merupakan abstraksi dari fenomena-fenomena yang sedang diteliti. Sesuai dengan judul skripsi yaitu “Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada konsumen Es Krim Mixue Golden Square Baleendah)”. Maka model penelitian yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1
Model Penelitian

Keterangan :



3.2 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti. Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan perumusan masalah.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Yang dimaksud variabel bebas adalah variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Label Halal (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2). Sedangkan yang dimaksud variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian yang dikonotasikan dengan huruf (Y). Berikut definisi variabel penelitiannya :

A. Label Halal (X_1)

Menurut Philip Kotler (2016: 276) label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Salah satu label yang tercantum pada produk adalah “label halal”.

B. Kualitas Pelayanan (X_2)

(Kotler & Keller (2016:44). Kualitas Pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.

C. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut (P Kotler dan Amstrong, 2018) mengemukakan bahwasanya keputusan pembelian yaitu komponen dari perilaku konsumen, yang mana perilaku konsumen merupakan studi mengenai seperti apa seseorang maupun kelompok dalam menentukan, membeli, mengkonsumsi, serta seperti apa produk, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substansial dari suatu konsep. Tujuannya, agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasional alat ukur yang digunakan untuk kuantifikasi gejala variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian.

Variabel bebas yang pertama (X_1) adalah Label Halal, variabel bebas yang kedua (X_2) adalah Kualitas Pelayanan kemudian satu-satunya variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel dapat diketahui bahwa, pengolahan data diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala ordinal. Sebagai item-item pertanyaan atau pernyataan

yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner. Agar lebih jelas mengenai operasional variabelnya, maka dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p>Label Halal (X₁)</p> <p>Menurut Philip Kotler (2016: 276) label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Salah satu label yang tercantum pada produk adalah “label halal”.</p>	Gambar	Bentuk atau pola dibuat dengan coretan alat tulis	Tingkat kejelasan gambar label halal pada cup atau kemasan Es Krim <i>Mixue</i>	Ordinal	1
		Bentuk gambar tulisan label halal	Tingkat kejelasan gambar label halal pada kemasan	Ordinal	2
	Tulisan	Pencantuman tulisan halal pada kemasan produk Es Krim <i>Mixue</i>	Tingkat kejelasan tulisan halal pada kemasan	Ordinal	3
		Pencantuman tulisan huruf halal pada kemasan produk <i>Mixue</i>	Tingkat kejelasan tulisan halal pada kemasan produk	Ordinal	4
	Kombinasi gambar dan Tulisan	Gabungan antara hasil gambar dan tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian	Tingkat Kejelasan gabungan antara gambar dan tulisan halal pada kemasan produk Es Krim <i>Mixue</i>	Ordinal	5
		Gabungan antara gambar dan tulisan halal pada kemasan produk	Tingkat kejelasan gabungan gambar dan tulisan halal pada kemasan produk <i>Mixue</i>	Ordinal	6
	Menempel pada kemasan	Suatu label yang melekat pada kemasan sebagai tanda	Tingkat kekuatan dan kejelasan label halal yang melekat atau menempel pada kemasan produk Es Krim <i>Mixue</i>	Ordinal	7

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Gambar dan tulisan yang menempel pada kemasan	Tingkat kejelasan gambar dan tulisan halal yang menempel pada kemasan produk Mixue	Ordinal	8
Kualitas Pelayanan (X₂) Kotler & Keller (2016:440). Kualitas Pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.	Kehandalan (<i>Reability</i>)	Kinerja yang dilakukan oleh karyawan Mixue	Tingkat kehandalan pada saat melayani konsumen	Ordinal	9
		Menyampaikan jasa sesuai yang dijanjikan	Tingkat variasi pelayanan kepada konsumen	Ordinal	10
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen	Tingkat kecepatan produk tiba di tangan konsumen	Ordinal	11
		Kesediaan karyawan dalam membantu konsumen	Tingkat kesiapan karyawan melayani konsumen	Ordinal	12
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Kesopanan karyawan kepada konsumen	Tingkat kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	13
		Mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan	Tingkat kejelasan kata-kata yang dijelaskan konsumen	Ordinal	14
	Empati (<i>Empathy</i>)	Memperlakukan konsumen secara perhatian penuh	Tingkat memahami bagaimana karyawan mudah mengerti apa yang dibutuhkan konsumen	Ordinal	15
		Waktu operasi jam kerja yang nyaman	Tingkat kemudahan konsumen pada saat	Ordinal	16

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			membutuhkan karyawan		
	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Penampilan petugas yang rapih	Tingkat kerapihan dan kebersihan karyawan pada saat melayani konsumen	Ordinal	17
		Kondisi fasilitas yang berdaya tarik visual	Tingkat kebersihan tempat dan suasana	Ordinal	18
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Amstrong (2016:177) keputusan pembelian adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan.	Pilihan Produk	Memutuskan pembelian Es Krim Mixue di toko Es Krim Mixue Golden Square karena menarik perhatian konsumen	Tingkat keputusan pembelian konsumen berdasarkan produk yang menarik	Ordinal	19
		Memutuskan pembelian di Toko Mixue Golden Square berdasarkan variasi produk Es krim	Tingkat memutuskan pembelian di Toko Mixue Golden Square berdasarkan variasi produk Es Krim	Ordinal	20
	Pilihan Merk	Memutuskan pembelian Es Krim Mixue berdasarkan Toko perdana Es Krim Mixue yang dibeli	Tingkat keputusan pembelian Es Krim Mixue berdasarkan Toko Es Krim perdana Mixue yang dibeli	Ordinal	21
	Pemilihan Penyalur	Memutuskan membeli produk Es Krim Mixue berdasarkan kebutuhan	Tingkat keputusan pembelian Es Krim Mixue berdasarkan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	22
	Waktu Pembelian	Memutuskan pembelian Es Krim Mixue sesuai dengan kebutuhan	Tingkat memutuskan pembelian Es Krim Mixue sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	23

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	Jumlah Pembelian	Memutuskan pembelian produk Es Krim berdasarkan adanya diskon atas produk Mixue yang ditawarkan	Tingkat memutuskan jumlah pembelian berdasarkan adanya diskon Es Krim Mixue yang ditawarkan	Ordinal	24
		Memutuskan membeli Kembali pada Toko Mixue Golden Square perdana pada lain waktu	Tingkat memutuskan membeli Kembali produk Es Krim Mixue di Toko Golden Square pada lain waktu	Ordinal	25

Sumber: Data diolah peneliti

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian, jumlah data dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel, sampel penelitian diperoleh teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2022:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Fokus penelitian ini berlokasi di toko Mixue Golden Square

Baleendah dimana populasi pada penelitian ini adalah pengunjung toko Mixue Golden Square. Dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Toko Mixue Golden Square 2022

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Juli	956 Pengunjung
2	Agustus	1.076 Pengunjung
3	September	790 Pengunjung
4	Oktober	612 Pengunjung
5	November	556 Pengunjung
6	Desember	578 Pengunjung
N		3.968 Pengunjung

Sumber: Toko Mixue Golden Square 2022

Berdasarkan tabel 3.2 dapat dilihat bahwa jumlah populasi pada toko Mixue Golden Square adalah 3968 orang selama periode bulan juli hingga desember 2022, dengan jumlah rata-rata pengunjung pada setiap bulan yaitu sebanyak 661 orang

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan salah satu unsur dari populasi yang hendak dijadikan suatu objek penelitian. Apabila penelitian menggunakan sampel, maka yang bisa didapat yaitu ciri-ciri sampel yang diharapkan bisa menaksir ciri-ciri populasi.

Menurut Sugiyono (2022:131), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus betul-betul sangat

representative (benar-benar mewakili). Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan presentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus *Slovin*, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e^2 = Batas toleransi kesalahan sebesar 10%

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus *slovin*, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{661}{1+661(0,1)^2} = 75,6 \text{ dibulatkan } 76$$

Jadi diketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 86 orang yang akan dijadikan ukuran sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan suatu sampel dalam penelitian. Penelitian yang baik harus menggunakan serta memperhatikan sebuah teknik dalam menentukan sampel yang akan diambil untuk dijadikan sebagai subjek dari penelitian. Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan dalam adalah teknik *non probability sampling*.

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Berikut ini adalah jenis-jenis dari *probability sampling* (Sugiyono, 2018:81).

Sedangkan Teknik *non probability sampling* yaitu Menurut Sugiyono (2018:136) *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel.

Sampling Insidental /Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono:2016:124)

Selanjutnya peneliti akan memaparkan karakteristik sampel data responden dari tektik insidental sampling yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Konsumen	Keterangan
1	Jenis Kelamin	1. Laki-Laki 2. Perempuan
2	Usia	1. <8 Tahun 2. 18 – 23 Tahun 3. 24 – 29 Tahun 4. 30 – 35 Tahun 5. >35 Tahun
3	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. Wirausaha 4. PNS 5. Pegawai Swasta
4	Penghasilan	1. < Rp 500.000,- per bulan 2. Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 per bulan 3. Rp 2.600.000 – Rp 3.500.000 per bulan 4. > Rp 3.600.000 – Rp 4.500.000

No	Karakteristik Konsumen	Keterangan
		5. >Rp 4.600.000.- per bulan
5	Motivasi Berkunjung	1. Ingin membeli es krim Mixue 2. Ingin mencoba menggunakan kemasan es krim Mixue

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan dalam penelitian guna mengumpulkan data beserta keterangan lainnya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer.

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati langsung terhadap objek yang diteliti.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada Karyawan atau manajer toko. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, dan menemukan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian yang dilakukan.

3. Kuesioner

Kuesioner yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang sudah dibuat secara tertulis untuk dibagikan kepada responden, yaitu pelanggan Toko Es Krim Golden Square hal ini tentunya untuk mendapatkan informasi dari pelanggan mengenai masalah yang sedang diteliti. Bentuk kuesioner dalam penelitian ini yaitu kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan berkaitan

dengan pendapat pelanggan mengenai label halal, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

4. Penelitian Kepustakaan (*Library research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca serta mempelajari literatur yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang menjadi faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reabilitas. Validitas berhubungan dengan persoalan untuk membatasi maupun menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga akan mendapatkan hasil yang akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas berguna untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang diukur dalam penelitian, sedangkan uji reabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono

(Menurut Kriyantono (2020, p. 67) uji validitas bertujuan untuk memberikan pernyataan sejauh mana pengukuran dari instrumen terhadap yang akan diukur. Sugiyono (2019, p. 267) mendefinisikan ciri utama hasil dari penelitian kuantitatif adalah valid, reliabel, dan objektif. Dapat dijelaskan validitas merupakan tolak ukur ketepatan diantara objek penelitian dengan daya yang di laporkan oleh pelaku riset. Dapat disimpulkan, data dapat dinyatakan valid apabila data yang telah dilaporkan dengan data yang sebenarnya terjadi “tidak berbeda”. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor totalnya. Untuk mencari nilai kolerasi maka metode kolerasi yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan kolerasi *Pearson Product Moment*. Dengan rumus sabagai berikut:

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = jumlah responden

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrument

Σx = Jumlah hasil pengamatan variabel X

Σy = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing – masing skor X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing – masing skor Y

Data pengambilan keputusan :

- a. Jika $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$, maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka instrument atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiyono (2017-2014) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300 keatas. Maka dari itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Ghazali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *method Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling sering umum digunakan untuk menguji reabilitas suatu instrument penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reabilitas sebagai berikut.

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap
2. Skor masing masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan .
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus:

$$r_{AB} = \frac{n(\sum nAB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{(n \sum A^2 - (\sum A)^2)(n \sum B^2 - (\sum B)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi produk moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *spearman brown* sebagai berikut :

$$r = \frac{2 \cdot rb}{1 + rb}$$

Keterangan :

r = Nilai reabilitas

r_b = Korelasi pearson produk moment antar belahan (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reabilitas minimal 0.7

Setelah mendapatkan nilai reabilitas instrument (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya :

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel atau dengan kata lain disebut konsisten.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, presentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat

perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. (Sugiyono, 2017:148). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena dengan menganalisis data yang telah dikumpulkan dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1) = Label Halal, (X_2) = Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen (Y) = Keputusan Pembelian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari sebuah data yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Pengertian analisis deskriptif yang dijelaskan oleh Sugiyono (2018:147) sebagai berikut: "Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi"

Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor satu sampai tiga, yaitu terkait dengan "Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai Label halal di toko Mixue Golden Square", kemudian Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai Kualitas pelayanan yang diterapkan toko Mixue Golden Square" dan yang terakhir "Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai keputusan pembelian Es Krim Mixue oleh pelanggan Mixue Golden

Square". Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan- pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana Label Halal (variabel X_1), Kualitas Pelayanan (variabel X_2), dan Keputusan Pembelian (variabel Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot yang berbeda. Hasil penyebaran kuesioner tersebut selanjutnya dicari nilai rata-ratanya dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Nilai rata - rata} = \frac{\sum(\text{Frekuensi} \times \text{Bobot})}{\sum \text{sampel} (n)}$$

Pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Menurut sugiyono (2018:93) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Menggunakan skala likert maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan ataupun pernyataan, baik bersifat favorable (positif) maupun infavorable (negatif), dengan skala ini akan memudahkan responden dalam menjawab serta memudahkan peneliti untuk melakukan olah data. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode mean, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Adapun alternatif dengan menggunakan skala likert, yaitu sebagai berikut yang ditunjukkan pada tabel 3.4

Tabel 3.4
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	ST (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Sugiyono (2018:94)

Pertanyaan – pertanyaan yang berkaitan dengan variabel independent dan dependen dalam operasional variabel di ukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuisisioner yang memenuhi pertanyaan – pertanyaan tipe skala *likert*. Cara untuk menganalisa setiap pertanyaan atau indicator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indicator mempunyai jumlah, Langkah selanjutnya peneliti membuat garis kontinum.

$$(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Dimana :

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

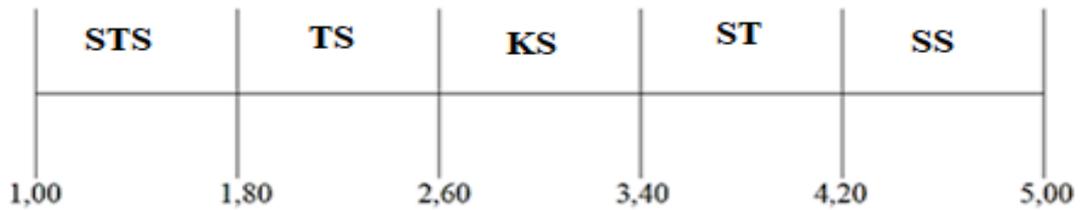
$$\text{Rentang Skor} = \frac{5-1}{5} = 8$$

Dengan demikian, kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

Tabel 3.5
Kategori Skala

Skala		Kategori
1.00	1.80	Sangat Tidak Baik
1.81	2.60	Tidak Baik
2.61	3.40	Kurang Baik
3.41	4.20	Baik
4.21	5.00	Sangat Baik

Sumber Sugiyono (2018:97)



Gambar 3.2
Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2018:95)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2018:69) analisis verifikatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran pada sebuah hipotesis dan menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini analisis verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor empat, terkait dengan "Seberapa besar pengaruh label halal dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Mixue Golden Square".

3.6.2.1 *Method Of Successive Internal (MSI)*

Metode sukses interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Successive Internal*).

Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data dengan skala interval. Maka, jika hanya mempunyai atau berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, hitung banyaknya responden yang menjawab 15 untuk setiap pertanyaan)
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden disebut dengan proporsi
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Menentukan nilai skala (*scale value/SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower limit}}$$

6. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap jawaban dengan rumus

$$y = sv [k]$$

$$k = 1 [Svmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan komputerisasi, yaitu menggunakan SPSS *for Windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisa Regresi Linear Berganda

Peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel X_1 (Label Halal) dan X_2 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Keputusan Pembelian). Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi Label Halal

b_2 = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

X_1 = Variabel bebas Label Halal

X_2 = Variabel bebas Kualitas Pelayanan

e = Tingkat Kesalahan (*standar error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel (X_1) Label Halal dan (X_2) Kualitas Pelayanan terhadap (Y) Keputusan Pembelian. Adapun rumus korelasi berganda sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{JK(\text{reg})}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$ = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut :

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel Label Halal (X_1),

Kualitas Pelayanan (X_2) dan Variabel (Y) Keputusan Pembelian.

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negative.

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Tabel 3.6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono 2018

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh Label Halal (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis (H_0) dan (H_1).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan antara pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independent yaitu Label Halal dan Kualitas pelayanan sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan pembelian dengan objek penelitiannya yaitu konsumen toko Mixue Golden Square Baleendah. Hipotesis yang dikemukakan dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Membuat Formualasi Uji Hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Label halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

$H_1 : b_1 = b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

b. Menentukan Tingkat Signifkansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 0,1%

c. Menghitung Nilai F Hitung Dengan Rumus

Pengujian regresi secara simultan dimaksudkan apakah variabel secara menyeluruh memberikan nyata terhadap variabel terikat. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji f hitung. F hitung dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - K - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi berganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan terakhir maka akan diperoleh distribusi F dengan Pembilang (K) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika F hitung $\geq F$ tabel maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima .
(signifikan)
2. Jika F hitung $\leq F$ tabel maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak. (tidak signifikan)

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis parsial digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah diantara variabel tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji T digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independent secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Membuat formulasi uji hipotesis
 1. $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.
 - $H_1 : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pebelian

2. $H_0 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

$H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

b. Menentukan Tingkat Signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

c. Menghitung Uji T- test

Pengujian regresi secara parsial yang dimaksudkan apakah variabel berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel tersebut. Diuji dengan rumus uji T sebagai berikut :

$$t = \frac{rp \sqrt{n-2}}{1-rp}$$

Keterangan :

t hitung = Statistik Uji Korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi :

a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_1 ditolak.

- b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_1 diterima
2. Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel
- a. Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak, sebaliknya H_1 diterima.
 - b. Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima, sebaliknya H_1 ditolak.

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (r^2)

Koesifien determinasi digunakan untuk melihat presentase (%) besarnya pengaruh Label Halal (X_1), dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Nilai koesifien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase X_1 (Label Halal) dan X_2 (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien koderasinya yaitu :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi produk moment

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien yang bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan dari masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial :

$$Kd = \beta \times \text{Zero order}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

β = Nilai *standardized coefficients*

Zero Order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

Kriteria – kriteria untuk analisi koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah
- b. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke

jawaban alternatif yang sudah disediakan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah tersedia.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko Mixue Golden Square Baleendah yang beralamat di Ruko Golden Square Jl. Jaksa Naranata No.7, Baleendah, Kec.Baleendah, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40258. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2023.