

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Menurut judul yang penulis teliti, yaitu “Analisis Pengaruh Sertifikasi Halal, dan *Marketing Mix* Terhadap Peningkatan Penjualan UMK (Studi Kasus Pada UMK di Kabupaten Kebumen”, maka pendekatan kuantitatif digunakan sebagai pendekatannya.

Pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka (Jajuli, 2020). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sertifikasi halal dan *marketing mix* terhadap peningkatan penjualan UMK di Kabupaten Kebumen.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian mencakup tata cara perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam merencanakan penelitian diawali dengan kegiatan mengobservasi dan mengevaluasi proses penelitian yang telah dikerjakan dan diketahui, hingga pada tahap menetapkan kerangka konsep dan hipotesis penelitian yang memerlukan bukti lebih jauh. Rencana pelaksanaan penelitian mencakup tata cara pembuatan uji coba atau pengamatan dan pemilihan ukuran variabel, ketentuan dan teknik sampling, instrument, pengumpulan data, analisis

data yang terkumpul, dan pelaporan hasil penelitian. Pada umumnya gambaran atau metode penelitian adalah proses ilmiah guna mendapatkan data dengan tujuan dan fungsi khusus (Suryadi, 2020).

Penelitian ini merupakan gambaran penelitian kausal melalui wawancara langsung dengan memakai alat bantu berupa kuisisioner yang ditujukan untuk responden guna mendapatkan data yang diperlukan. Umar dalam penelitian Widjoyo (2014), menyatakan bahwa penelitian kausal merupakan penelitian yang memiliki tujuan guna memberi analisis beberapa hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel dapat memberi pengaruh kepada variabel lain. Variabel yang dimaksud dalam penjelasan diatas yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen pada riset ini yaitu mencakup sertifikasi halal dan *marketing mix*. Sedangkan untuk variabel dependen yaitu peningkatan penjualan UMK.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian pada pendekatan kuantitatif memuat penentuan variabel, populasi, dan sampel.

1. Populasi Penelitian

Populasi menurut Sitoyo & Sodik dalam penelitian P. Yuliana (2023), adalah kelompok umum yang terdiri dari obyek atau subjek dengan jumlah dan atribut tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk studi dan analisis yang lebih mendalam. Populasi pada penelitian ini yaitu para pelaku usaha di bidang makanan dan minuman di Kabupaten Kebumen.

2. Sample Penelitian

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan dan ciri-ciri dari populasi. Dalam penelitian ini, sampel dipilih menggunakan teknik *non probability sampling* atau disebut dengan *incidental sampling* yaitu pengambilan sampel tidak secara acak. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*, artinya bahwa apabila anggota sampel yang akan dipilih secara khusus atau memiliki kriteria tertentu sesuai tujuan penelitiannya. Kelemahan dari metode ini yaitu tidak representatif untuk diambil kesimpulan secara umum (generalisasi) (Abdullah & Saebani, 2014).

Sesuai dengan syarat pengambilan sampel untuk responden yaitu didasarkan pada kriteria tertentu diantaranya yaitu:

- 1) Para pelaku UMK di bidang makanan dan minuman yang ada di Kabupaten Kebumen.
- 2) Para pelaku UMK di Kabupaten Kebumen yang sudah memiliki sertifikat halal melalui skema *self declare*.
- 3) Para pelaku UMK di Kabupaten Kebumen yang sudah bersertifikat halal *self declare* melalui lembaga UIN Walisongo.

Jika penulis mengetahui jumlah total populasi, mereka dapat menggunakan rumus Slovin. Berikut adalah rumus Slovin menurut Santoso (2023) :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel yang diperlukan

N : jumlah populasi

e : tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Pada penelitian ini jumlah pelaku usaha yang telah terserifikasi halal *self declare* melalui lembaga UIN Walisongo sejak januari hingga juni 2024 berjumlah 495 dan penulis menentukan *margin error* sebesar 10%, maka jumlah sampel yang akan dipakai pada penelitian ini sebanyak:

$$n = \frac{495}{1+495(0,1)^2}$$

$$n = \frac{495}{1+495(0,01)}$$

$$n = \frac{495}{5,95}$$

$$n = 83,3613445$$

Sesuai perhitungan diatas jumlah sampel yang akan dipakai pada penelitian ini sebanyak 83 pelaku usaha.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan sebuah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utama. Penelitian ini memperoleh data primer dari hasil menyebarkan kuesioner secara langsung atau online kepada para pelaku UMK. Data primer diambil langsung dari sumbernya dan dianggap sebagai jenis data paling autentik dan paling berharga dalam penelitian. (Nugroho, 2022).

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang biasanya dipakai peneliti guna memecahkan suatu permasalahan dalam penelitian kuantitatif melalui responden yang bentuknya pengumpulan data sesuai dengan bidang yang diteliti. Selanjutnya data itu akan diproses dan diuji untuk memperoleh hasil akhir penelitian. Teknik yang dipakai dalam pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pemberian pertanyaan terhadap responden untuk dijawabnya. Menurut wujud pertanyaan maupun pernyataan yang ada didalam angket tersebut, maka angket tersebut diklasifikasikan ke dalam 3 (tiga) macam diantaranya ada angket terbuka, angket tertutup, dan angket semi terbuka. Pada penelitian ini, penulis menggunakan angket tertutup. Angket tertutup (*closed questionnaire*) adalah jawaban dari pertanyaan atau pernyataan yang

telah ditentukan, responden diberi kebebasan untuk menjawab melalui alternative jawaban (Susanti et al., 2018).

Pada metode kuesioner ini, peneliti memutuskan memakai skala *likert*. Skala *likert* pada umumnya dipakai dalam pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial. Fenomena sosial yang dimaksud yaitu variabel penelitian yang telah ditetapkan oleh penulis. Melalui skala *likert*, maka variabel yang nantinya dijadikan sebagai ukuran akan diperluas menjadi indikator variabel. Kemudian indikator ini menjadi patokan dalam penyusunan instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2010). Untuk mengukur persepsi responden dalam menyebarkan kuesioner, disediakan lima (5) pilihan jawaban diantaranya:

Tabel 14
Pedoman Pemberian Skor

Pilihan atau Jawaban	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah kegiatan pengelompokan data sesuai variabel dan kategori responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyiapkan setiap data variabel yang akan diteliti, mengadakan perhitungan untuk melakukan uji hipotesis yang telah diajukan. Terdapat dua (2) teknik yang digunakan dalam penelitian kuantitatif yaitu teknik deskriptif dan teknik analisis inferensial (Sugiyono, 2010). Teknik analisis inferensial meliputi analisis parametris dan analisis nonparametris. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif berupa pemanfaatan aplikasi SPSS. Dengan aplikasi tersebut, pengumpulan data dilakukan dengan aplikasi melewati responden terhadap tiap-tiap pertanyaan atau pernyataan yang tersedia dan kemudian diwujudkan dengan analisis deskriptif.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk memberi petunjuk seberapa suatu pertanyaan atau pernyataan pada pengukuran variable yang menjadi bahan penelitian. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila mengacu kepada pengukuran yang cocok dengan apa yang semestinya menjadi ukurannya. Selanjutnya menghubungkan item penelitian menggunakan skor yang telah diperoleh melalui penjumlahan skor item untuk instrument tersebut. Pada pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi sebesar

0,05. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa penelitian tersebut positif dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data tersebut dikatakan negatif (Priyanto, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian guna mengukur keajekan atau konsistensi suatu penelitian yang pada umumnya menggunakan kuesioner. Maksud di atas adalah apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran dilakukan kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala likert 1-5) adalah *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Jika nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,6, hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian tersebut dapat diandalkan atau reliabel (Priyanto, 2018).

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian data yang dikerjakan peneliti yaitu menggunakan uji asumsi klasik dengan tujuan untuk menguji data variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian. Uji asumsi klasik terdiri dari sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data adalah alat yang digunakan sebagai ukuran apakah data yang diambil berdistribusi normal atau tidak (E. Perdana K; Muliani, 2016). Dalam penelitian ini, normalitas diuji dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah distribusi data pada setiap variabel apakah normal atau tidak. Dalam uji *Kolmogorov-Smirnov*, apabila signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal, dan apabila signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal (Priyanto, 2009).

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam suatu model regresi linear apakah terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan residual pada periode $t - 1$ atau sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dapat dikatakan terdapat permasalahan autokorelasi. Masalah ini timbul dikarenakan residual tidak bebas dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Nugroho, 2022).

Autokorelasi dapat diuji menggunakan Run Test. Run Test adalah bagian dari statistik non-parametrik yang digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi tinggi antar residual. Keputusan dapat diambil berdasarkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* dari *Run Test*. Jika nilai

Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 maka model regresi dianggap bebas dari autokorelasi. *Run Test* memberikan kesimpulan yang lebih pasti jika uji DW menunjukkan adanya masalah (Nazima, 2019).

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik menandakan tidak adanya masalah multikolinearitas. Untuk mendeteksi apakah ada atau tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar *VIF* maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Pada umumnya penelitian menyebutkan bahwa jika *tolerance* lebih dari 0,1 dan *VIF* kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dapat dilihat dari tabel hasil pengujian uji multikolinearitas pada tabel *Coefficients* dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari ketiga variabel independen lebih dari 0,1 dan *VIF* kurang dari 10, jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas (Priyanto, 2009).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian nilai residual suatu

pengamatan ke pengamatan yang lain (Albab & Zuhri, 2019). Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan *uji glejser*. Uji glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual ($|\varepsilon|$). Jika asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai signifikan $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas (Firdausya & Indawati, 2023).

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah sebuah alat penganalisis ramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terkait untuk memberi bukti ada tidaknya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terkait. Adapun rumus dari analisis regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = penjualan

a = konstanta

X1 = Sertifikat Halal

X2 = Kualitas Produk

X3 = Harga

X4 = Promosi

X_5 = Lokasi

b = koefisien regresi

e = *Standard error*

b. Uji T Parsial

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (x) mempunyai hubungan secara signifikan terhadap variabel dependen (y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5 %. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak ada hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen (Handrianto, 2019). Untuk menentukan t table menggunakan rumus $df = n - k$ (Manalu & Riza Indriani, 2016).

c. Uji F Simultan

Uji f atau uji simultan digunakan dalam memperoleh petunjuk apakah keseluruhan variabel independen atau bebas yang digunakan dalam model memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen atau terikat (Handrianto, 2019). Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu, jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis diterima dan sebaliknya, jika nilai

signifikan $> 0,05$ $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak (Munib, 2023).

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent menjelaskan variabel dependen (Munib, 2023). Menurut Zuhria Hasania et, al. dalam penelitian Hasania et al., (2016) menyatakan bahwa nilai R memiliki interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R \leq 1$). Semakin besar R (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel independen.

Jika nilai R mendekati 1, model tersebut dianggap semakin kuat dalam menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai R mendekati 0, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dianggap semakin lemah. Koefisien determinasi digunakan untuk menilai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, dan semakin tinggi nilainya, semakin baik kemampuannya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian, diantaranya:

Bab 1 : Pendahuluan

Mencakup latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, penegasan istilah, tujuan dan kegunaan penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

Bab 2 : Landasan Teori

Mencakup landasan teori, telaah pustaka, hipotesis penelitian, dan kerangka pemikiran yang pada intinya menjabarkan mengenai pembahasan variabel yang berpengaruh terhadap variable dependen itu sendiri. Variabel yang dimaksud yaitu sertifikasi halal dan *marketing mix*. Sebagai bahan referensi maka dikolaborasikan juga penelitian terdahulu yang masih berhubungan dan memiliki hubungan erat dengan hipotesis yang akan diajukan.

Bab 3 : Metode Penelitian

Pada bab ini memuat suatu metode pada pembahasan pendekatan penelitian, kemudian ada desain penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan sistematika pembahasan. Bab 3 pada penelitian ini pada intinya memberi penjelasan terkait studi kepustakaan dan bagaimana teknik dalam mengelola data yang dimiliki terkait pengaruh sertifikasi halal dan *marketing mix* terhadap peningkatan penjualan di Kabupaten Kebumen.