

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengkaji populasi dan sampel tertentu serta menguji hipotesis yang telah ditentukan. Data yang diperoleh diperoleh melalui penyebaran angket.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber primer merujuk pada sumber data yang langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Data primer ini diperoleh langsung dari sumbernya melalui observasi dan pencatatan. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui angket, dan responden yang terlibat adalah para pengguna *Tiktok Shop*.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Tarokan, Kec Tarokan, Kab Kediri, Jawa Timur, 64182.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk yang menjelaskan cara untuk mengukur variabel dalam penelitian. Ini merupakan elemen penting dalam penelitian karena membantu komunikasi antara peneliti. Tujuan dari definisi operasional adalah untuk membatasi ruang lingkup variabel, menyamakan persepsi, serta memudahkan dan menjaga konsistensi peneliti dalam mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis data agar proses penelitian menjadi lebih efisien.⁴⁰ Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas dan

variabel terikat:

a. Variabel *independent*

Dalam penelitian ini, variable independen mempengaruhi variable dependen. Variable bebas merupakan faktor- faktor yang dapat diukur dan dimanipulasi oleh peneliti untuk menilai hubungan antara fenomena yang diamati. Dalam statistika, variable bebas sering disimbolkan sebagai X.

Dalam penelitian ini, variable bebasnya adalah *Halal Awareness* (X1) dan *Religiusitas* (X2).

Tabel 3.1

Indikator Penelitian Variabel X

Variabel	Definisi	Indikator
Halal Awareness (X1)	Kesadaran Halal merujuk pada tingkat pemahaman umat Islam tentang isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. Tingkat kesadaran ini dapat diukur berdasarkan seberapa baik seorang Muslim memahami apa yang dimaksud dengan halal dan seberapa besar mereka memprioritaskan produk halal dalam konsumsi sehari-hari. ⁴⁶	1. Sadar Halal 2. Kebersihan dan keamanan makanan 3. Pentingnya pengetahuan mengenai pengemasan.
Religiusitas (X2)	Religiusitas merupakan sebuah situasi yang terdapat didalam diri seseorang yang mampu mendorong seseorang untuk berperilaku sesuai dengan kenyataannya pada agama. ⁴⁷	1. Kepercayaan 2. Pelaksanaan ibadah 3. Pemahaman agama 4. konsekuensi ⁴⁸

Sumber : diolah oleh peneliti

⁴⁶ Nadya Rahma Agustiani and Viola De Yusa, "Pengaruh Halal Awareness Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Pada Mixue," *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 1, no. 4 (2023): 01–18.

⁴⁷ Sayyidah et al., "Peran Religiusitas Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis."

⁴⁸ Gustati, Dian Rahmiati, and Reni Endang Sulastri, "Literasi Keuangan Syariah Sebagai Pemoderasi Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah" 16, no. 1 (2023): 100–109.

b. Variabel *dependent*

Dalam penelitian, variabel dependen dipengaruhi variable independen. Variable terikat merupakan faktor- faktor yang diamati dan diukur untuk menilai dampak variable bebas, yakni faktor yang muncul atau tidak muncul sesuai dengan konsep peneliti. Dalam konteks statistika, variable terikat sering disimbolkan sebagai Y. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah Preferensi Konsumen (Y).

Tabel 3.2

Indikator Penelitian Variabel Y

Variabel	Definisi	Indikator
Preferensi Konsumen (Y)	Preferensi belanja adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian. ⁴⁹	1. Halal 2. <i>Price</i> 3. <i>Quality</i> 4. <i>Branding</i> 5. <i>Tangibles</i> ⁵⁰

Sumber : diolah oleh peneliti

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi mengacu pada seluruh kelompok atau elemen yang memiliki ciri-ciri tertentu yang menjadi fokus penelitian. Populasi dapat berupa individu, objek, peristiwa, atau apapun yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan.⁵¹ Populasi pada penelitian ini ialah

⁴⁹ Lena Ellitan, Universitas Widya, and Mandala Surabaya, "Preferensi Belanja Online Produk Tiket Pesawat," no. September (2008).

⁵⁰ Manglo, Saleh, and Suriyani, *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja*.

⁵¹ Asrulla et al., "Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 26320–26332.

seluruh Gen Z Muslim di Desa Tarokan yang menggunakan *Tiktokshop*. Jumlah populasi yang tidak pernah dilakukan pengukuran dan tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi atau wakil populasi yang diteliti dan diambil sebagai data untuk mewakili seluruh populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang berasal dari populasi dengan berdasarkan ketentuan dari peneliti. Jenis teknik *non probability sampling* dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*, merupakan metode pengambilan sampel dengan berdasarkan kriteria spesifik yang ditentukan sendiri oleh peneliti. Sampel dari penelitian ini yaitu seluruh Gen Z di Desa Tarokan yang menggunakan *TikTok Shop*.

Populasi pada penelitian ini tidak diketahui dan tidak terbatas (*infinite population*), maka digunakan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan (*standart error*) sebesar 5%. Maka jumlah sampel sebanyak 349.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merujuk pada berbagai strategi yang diterapkan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan kondisi di lapangan. Peneliti dapat memilih satu atau lebih metode pengumpulan data, seperti kuesioner, observasi, dokumen, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, peneliti memilih metode pengumpulan data berupa kuesioner angket yang menyampaikan pernyataan terkait variabel penelitian kepada responden

dengan harapan memperoleh data yang sesuai.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merujuk pada alat-alat yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan meningkatkan kualitas hasil penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner berupa angket yang berisi pernyataan-pernyataan yang harus dijawab oleh responden dengan menyilang jawaban yang dipilih. Daftar pertanyaan dalam kuesioner angket ini relevan dengan topik kesadaran halal, religiositas, dan preferensi konsumen di TikTok Shop. Kuesioner angket tersebut disusun berdasarkan konstruksi teoritis yang sudah ditetapkan sebelumnya dan dikembangkan menjadi poin-poin pertanyaan spesifik.

Responden mempunyai kebebasan untuk memberikan jawaban yang berbeda-beda. Instrumen pengumpulan data self monitoring dan perilaku konsumen berupa kuesioner yang dikembangkan peneliti dengan menggunakan model skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu dan kelompok tentang peristiwa dan fenomena sosial. Indikator-indikator halal awareness dan religiusitas diukur menggunakan skala Likert yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.3

Skala Likert untuk Instrumen Penelitian

No.	Keterangan	Poin
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2

3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah proses yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber lainnya terkumpul, kemudian disusun dan disederhanakan menjadi informasi yang terstruktur. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik dengan bantuan aplikasi SPSS. Berikut langkah-langkah dalam penelitian ini :

1. Pengedita Data (Editing)

Pengeditan data atau proses *editing* adalah proses memeriksa isi kuesioner untuk memastikan bahwa jawaban yang diberikan sudah lengkap, jelas, relevan, dan konsisten. Melalui proses *editing* data, usaha untuk memperbaiki kekurangan dan dapat meminimalisir kesalahan yang terdapat pada data. Proses ini tujuannya untuk kualitas dan akurasi data yang digunakan dalam analisis lebih lanjut.

2. *Coding*

Pengkodean data merupakan pemberian kode yang berupa simbol huruf atau angka pada setiap elemen data yang jenisnya sama. Proses pengkodean ini memberikan struktur dan kerangka pada data dan dapat mempermudah dalam menginterpretasikan.

3. *Scoring*

Pemberian skor merupakan metode untuk menginput jawaban yang diberikan dalam kuesioner (angket) yang telah disebarakan. Tahapan ini

dilakukan setelah peneliti menetapkan kode jawaban atau hasil observasi.

4. *Tabulating*

Tabulasi (*Tabulating*) merupakan langkah penyusunan data dalam bentuk tabel yang mengorganisir data sesuai dengan kebutuhan analisis yang dibutuhkan. Proses ini bertujuan untuk menyajikan data secara terstruktur.

5. *Processing*

Processing merupakan proses penghitungan, pengolahan, dan analisis data menggunakan uji statistik. Beberapa teknik analisis yang digunakan dalam tahap ini meliputi langkah-langkah berikut:

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji Validitas adalah proses untuk menilai sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan sah. Instrumen dianggap valid jika dapat membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.⁵² Uji validitas dalam penelitian ini memanfaatkan bantuan aplikasi SPSS versi 25 dengan berdasar pada rumus korelasi *Pearson Product Moment* berikut:

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

Keterangan :

⁵² Winda Regita Fitriany Husaeni, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani, "Validitas Dan Reliabilitas Angket Penyesuaian Diri Siswa Sma," *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)* 5, no. 1 (2022): 78.

r = koefisien korelasi person product moment

x = skor dari tiap-tiap item

y = jumlah skor item

n = jumlah respondent

Menentukan valid tidaknya suatu kuesioner atau suatu instrumen penelitian menggunakan taraf signifikansi 0,05 apabila :

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item tersebut dikatakan valid.

$r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

b) Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui suatu pengukuran dianggap dapat dipercaya atau konsisten dalam memberikan hasil. Pengujian instrumen dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* berikut:

$$r = \frac{k}{(k - 1)} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan :

r = koefisien reliabilitas *Cronbach alpha*

k = jumlah item soal

$\sum S_i^2$ = jumlah varian skor tiap item

$\sum S_t^2$ = varian total

Ukuran kemantapan alpha dalam uji reliabilitas dengan nilai:

a) Nilai *alpha* 0,00 – 0,2 = kurang reliabel

- b) Nilai *alpha* $0,21 - 0,4 =$ agak reliabel
- c) Nilai *alpha* $0,41 - 0,6 =$ cukup reliabel
- d) Nilai *alpha* $0,61 - 0,8 =$ reliabel
- e) Nilai *alpha* $0,81 - 1,00 =$ sangat reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai sejauh mana distribusi data bersifat normal. Analisis parametrik seperti korelasi pearson mengharuskan data untuk memiliki distribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Sminov Test, dengan keputusan berdasarkan:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah metode yang digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi linear. Deteksi multikolinieritas dapat dilakukan menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF $< 10,00$ atau nilai tolerance $> 0,10$, maka tidak ada masalah multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF $> 10,00$ atau nilai tolerance $< 0,10$, maka terdapat

multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varians residual tetap konsisten di antara pengamatan, kondisi ini disebut homoskedastisitas; sebaliknya, jika terdapat perbedaan, maka disebut heteroskedastisitas. Ketidakhadiran gejala heteroskedastisitas dapat diidentifikasi jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.⁵³ Pada penelitian ini menggunakan grafik scatterplots.

d. Uji Korelasi Berganda

Teknik Pearson Product Moment digunakan dalam analisis korelasi untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel dependen dan independen. Nilai r yang diperoleh dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

jika $r = 0,00 - 0,199$, korelasi dianggap sangat rendah;

jika $r = 0,20 - 0,399$, korelasi rendah;

jika $r = 0,40 - 0,599$, korelasi sedang;

jika $r = 0,60 - 0,799$, korelasi kuat; dan

⁵³ Nurul Hikmah et al., "Pengaruh Islamic Branding, Halal Awareness, Dan Islamic Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Jawa Barat)," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 12 (2024): 678–688, <https://doi.org/10.5281/zenodo.12555497>.

jika $r = 0,80 - 1,000$, korelasi sangat kuat.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen terjadi ketika nilai variabel independen meningkat atau menurun. Untuk mengatasi permasalahan dalam penelitian ini, diterapkan analisis linier berganda, yang pada dasarnya mempelajari hubungan antara variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel dependen yang diketahui.

Persamaan umum untuk regresi berganda ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \text{ .}^{54}$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (preferensi belanja)

a = Konstanta

X = Variabel bebas (*halal awareness* dan *religiusitas*)

b = Koefisien regresi

e = error yang berdistribusi normal baku

2. Uji Hipotesis

a. Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Proses pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan

⁵⁴ Tryana Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, " *Journal GEEJ* 7," no. 2 (2020): 33–48.

F_{tabel}.

a) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai signifikansi uji $F > 0,05$, maka H_0 diterima, yang menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.

b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi uji $F < 0,05$, maka H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.⁵⁵

b. Uji t

Uji t mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah menggunakan uji t, yaitu:

a. Menentukan tingkat signifikansi menggunakan 5% (0.05)

b. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis

a) Jika tingkat signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak atau H_a diterima

b) Jika tingkat signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

c. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara nol hingga satu; nilai yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati satu, ini menunjukkan bahwa variabel independen hampir sepenuhnya memberikan informasi yang

⁵⁵ L. Santoso, "Analisis Pengaruh Price, Overall Satisfaction, Dan Trust Terhadap Intention to Return Pada Online Store Lazada," *Agora* 6, no. 1 (2018): 287262.

diperlukan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen. Salah satu kelemahan dari penggunaan koefisien determinasi R^a adalah adanya bias terhadap variabel terikat dalam model.