

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan metode penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2013).

Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan data yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

A. Metode Dasar Penelitian

1. Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Komplek Perumahan Green House yang terletak di Karangjajen, Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan, Kota Yogyakarta. Lokasi penelitian ini dipilih karena sebagian besar warga yang tinggal beragama Islam. Dengan demikian diharapkan mampu mengetahui sikap konsumen dalam mengkonsumsi makanan olahan cepat saji khususnya sosis dan nugget pada produk halal.

2. Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan secara acak atau *random sampling*. Sampel diambil secara acak dengan menggunakan undian. Sampel yang diambil

yaitu Ibu Rumah Tangga yang tinggal di Perumahan Green House dengan populasi 120 Kepala Keluarga dan akan diambil 50 orang yang beragama Islam yang sudah mengkonsumsi makanan sosis dan nugget per bulannya.

B. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari warga muslim Perumahan Green House dengan menggunakan observasi, kuesioner dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian, data yang dapat diambil seperti jumlah warga muslim di Perumahan Green House yang di dapatkan dari Bapak ketua RW, Kelurahan Brontokusuman dan Kecamatan Mergangsan.

C. Asumsi dan Pembatasan Masalah

1. Asumsi

Sikap konsumen yang diteliti adalah semua konsumen dalam mengkonsumsi makanan olahan cepat saji khususnya sosis dan nugget dengan melihat nomer registrasi, badan lembaga sertifikasi, model tulisan halal, komposisi produk dan nama produk yang menunjukkan kehalalan.

2. Pembatasan Masalah

Warga yang diteliti adalah Ibu Rumah Tangga muslim yang sudah mengkonsumsi makanan sosis dan nugget per bulannya yang berada di Perumahan Green House. Dalam penelitian ini mengambil sikap konsumen dalam mengkonsumsi makanan olahan cepat saji khususnya sosis dan nugget dengan

komposisi yang halal dan tata cara pengolahannya sesuai dengan syariat Agama Islam.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran variabel

1. Label halal adalah tulisan yang dicantumkan pada kemasan produk makanan dan minuman yang mengimdiskasikan atau menunjukkan bahwa produk tersebut telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan sehingga telah dinyatakan halal dan memiliki sertifikat halal.
2. Sikap konsumen terhadap label halal merupakan kecenderungan konsumen untuk berperilaku terhadap informasi pada macam label yang tertera pada produk, macam label tersebut meliputi nomer registrasi, badan lembaga sertifikasi, model tulisan halal, komposisi produk dan nama produk yang akan dihitung dengan skala skor dari kisaran 1 – 4. Sikap konsumen dapat dilihat dari aspek kognitif, afektif dan konatif, berikut ini dapat penjelasannya :
 - a. Aspek kognitif yaitu berupa pengetahuan terhadap label yang menunjukkan kehalalan sosis dan nugget. Terdapat lima macam label meliputi nomer registrasi, badan lembaga sertifikasi, model tulisan halal, komposisi produk dan nama produk, dapat diukur sebagai berikut.

Jika konsumen tidak mengetahui satu pun maka diberi skor 1, jika konsumen mengetahui macam label sebanyak 1-2 maka diberi skor 2, jika konsumen mengetahui macam label sebanyak 3-4 maka diberi skor 3, jika konsumen mengetahui semua macam label maka diberi skor 4.

- b. Aspek afektif merupakan penilaian konsumen yang menunjukkan perasaan setuju atau tidak setuju terhadap kepentingan suatu macam label yang menunjukkan kehalalan, diukur dengan skor sebagai berikut.

Tabel 2. Pengukuran skor sikap afektif

Macam Label	Skor			
	1	2	3	4
Nomer registrasi	STS	TS	S	SS
Badan lembaga sertifikasi	STS	TS	S	SS
Model tulisan halal	STS	TS	S	SS
Komposisi produk	STS	TS	S	SS
Nama produk	STS	TS	S	SS

Keterangan :

Sangat tidak setuju (skor 1)

Tidak setuju (skor 2)

Setuju (skor 3)

Sangat setuju (skor 4)

- c. Aspek konatif merupakan kecenderungan berperilaku menggunakan macam label yang dipertimbangkan untuk mengetahui kehalalan produk makanan sosis dan nugget, diukur dengan skor sebagai berikut.

Tabel 3. Pengukuran skor sikap konatif

Macam Label	Skor			
	1	2	3	4
Nomer registrasi	TP	KK	S	SL
Badan lembaga sertifikasi	TP	KK	S	SL
Model tulisan halal	TP	KK	S	SL
Komposisi produk	TP	KK	S	SL
Nama produk	TP	KK	S	SL

Keterangan :

Tidak pernah (skor 1)

Kadang-kadang (skor 2)

Sering (skor 3)

Selalu (skor 4)

3. Faktor budaya meliputi :

- a. Sejauh mana orangtua responden membiasakan anaknya untuk membeli produk makanan berlabel halal yang sudah disahkan oleh MUI, diukur dengan skor sebagai berikut.

Tidak pernah (skor 1)
 Kadang-kadang (skor 2)
 Sering (skor 3)
 Selalu (skor 4)

- b. Lingkungan keluarga yang sering mengikuti berbagai macam keagamaan seperti pengajian, tahlilan dan jamaah dimasjid.

Tabel 4. Pengukuran skor kegiatan keagamaan

Objek	Skor			
	1	2	3	4
Pengajian	TP	KK	S	SL
Tahlilan	TP	KK	S	SL
Jamaah di masjid	TP	KK	S	SL

Keterangan :

Tidak pernah (skor 1)
 Kadang-kadang (skor 2)
 Sering (skor 3)
 Selalu (skor 4)

4. Faktor sosial meliputi :

- a. Siklus keluarga adalah menggambarkan berbagai macam bentuk keluarga, seperti : keluarga yang sudah menikah terdiri dari ayah, ibu, anak. keluarga tunggal, atau keluarga yang hanya terdiri dari kakek dan nenek.

- b. Jumlah keluarga adalah banyaknya keluarga yang tinggal satu rumah.

5. Faktor pribadi meliputi :

- a. Umur adalah rentang waktu konsumen sejak dilahirkan hingga sekarang, umur akan diukur dengan satuan tahun.

- b. Pekerjaan adalah kegiatan pokok untuk melihat sejauh mana waktu yang dibutuhkan keluar rumah untuk melakukan pekerjaan.
- c. Pengeluaran adalah sejauh mana keluarga mengeluarkan uang untuk kebutuhan makan sehari-hari.
- d. Pendidikan adalah jenjang pendidikan formal yang paling tinggi yang telah diikuti konsumen, dikelompokkan dalam Tidak sekolah, SD, SMP, SMA, Diploma dan Sarjana, diukur dengan skor sebagai berikut :

- Tidak sekolah dan SD (skor 1)
- Sekolah Menengah Pertama (skor 2)
- Sekolah Menengah Atas (skor 3)
- Diploma dan Sarjana (skor 4)

- 6. Faktor psikologi meliputi motivasi. Motivasi merupakan kebutuhan konsumen untuk mengkonsumsi makanan dengan lauk pauk yang bervariasi, diukur dengan skor sebagai berikut :

- Tidak pernah bervariasi (skor 1)
- Kadang-kadang bervariasi (skor 2)
- Sering bervariasi (skor 3)
- Selalu bervariasi (skor 4)

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan yakni dengan menggunakan skala skor untuk mengetahui sikap konsumen muslim terhadap label halal pada produk makanan olahan cepat saji sosis dan nugget. Skala skor adalah skala yang digunakan untuk menanggapi pernyataan dengan memilih pertanyaan yang tersedia. Kuesioner yang dibuat kepada responden diberikan dengan skor 1 sampai dengan skor 4. Tahap selanjutnya adalah menentukan presentase skor pada setiap butir pertanyaan dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Presentase Capaian Skor} = \frac{\text{Capaian skor} - \text{Minimal skor}}{\text{Maximal skor} - \text{Minimal skor}} \times 100\%$$

Tabel 5. Ukuran skor sikap secara keseluruhan

Indikator	Kisaran Skor
Kognitif	1 – 4
Afektif	1 – 4
Konatif	1 – 4
Rata-Rata	3 – 12

Tabel 6. Katagori aspek sikap konsumen menurut presntase skor

Presentase	Kategori Sikap
≥50%	Baik
<50%	Buruk

Teknik analisis selanjutnya yaitu mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap label halal pada produk makanan olahan cepat saji sosis dan nugget.

Untuk mengetahui analisis data dapat dilakukan dengan uji regresi berganda.

Rumus yang dapat digunakan adalah :

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

Keterangan

Y = Sikap konsumen terhadap label halal (presentase capaian skor)

a = Nilai konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄ = Koefisien regresi

X₁ = Kebiasaan keluarga

X₂ = Kelompok keagamaan

X₃ = Pengeluaran

X₄ = Motivasi

Kemudian dilanjutkan dengan Uji F dan Uji t

Uji F : Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi terhadap sikap konsumen secara bersama-sama, yaitu menggunakan F hitung dengan langkah-langkah berikut ini :

a. Menentukan hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap sikap konsumen.

b. Menentukan *level of significance*

Menggunakan taraf signifikan (α) = 5%

c. Mencari nilai F hitung dengan rumus

$$F_{\text{tabel}} = F_{\alpha} (k-1 ; N-k)$$

k = Jumlah skor

N = Jumlah sampel

d. Kriteria Pengujian

Ha diterima jika : $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$

Ho ditolak jika : $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$

e. Pengambilan Kesimpulan

- $F_{hitung} < F_{tabel}$: artinya secara bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan antara kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi terhadap sikap konsumen.
- $F_{hitung} > F_{tabel}$: artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh secara signifikan antara kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi terhadap sikap konsumen.

Uji t : Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti signifikan antara kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi secara individu terhadap sikap konsumen.

a. Menentukan Hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi secara individu tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi secara individu berpengaruh terhadap sikap konsumen.

b. Menentukan *level of significance*

Menggunakan taraf signifikan (α) = 5%

c. Menentukan besarnya t hitung dengan rumus

$$t \text{ Tabel} = t_{\alpha/2; N-k}$$

N = Jumlah sampel

k = Jumlah skor

d. Kriteria Pengujian

Ha diterima jika : $F_{hitung} < F_{tabel}$

Ho ditolak jika : $F_{hitung} > F_{tabel}$

e. Pengambilan Kesimpulan

- $t_{hitung} < t_{tabel}$: artinya secara individu mempunyai pengaruh secara signifikan antara kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi terhadap sikap konsumen.
- $t_{hitung} > t_{tabel}$: artinya secara individu tidak ada pengaruh secara signifikan antara kebiasaan keluarga, kegiatan keagamaan, pengeluaran dan motivasi terhadap sikap konsumen.