

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat positivisme memandang realitas/gejala fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat.⁷⁹ Penelitian kuantitatif banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data dengan tujuan penelitian untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.⁸⁰ Sedangkan penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.⁸¹

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). hlm. 7-8

⁸⁰ Hardani, Helmina, Jumari, Evi, Ria, Roushandy, Dika dan Nur Hikmatul, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020). hlm. 238-240

⁸¹ Hardani, Helmina, Jumari, Evi, Ria, Roushandy, Dika dan Nur Hikmatul..., hlm. 54

B. Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan petunjuk atau penjelasan tentang pengertian konkrit dari setiap variabel penelitian menyangkut indikator- indikatornya, serta kemungkinan derajat nilai atau ukurannya. Tanpa operasional variabel, peneliti akan mengalami kesulitan dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual. Penjelasan mengenai variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti kemudian ditarik kesimpulannya.⁸² Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan variabel lain.⁸³ Variabel bebas dilambangkan dengan huruf X. Variabel bebas penelitian ini yaitu:

a. Inovasi produk (X_1)

Inovasi produk merupakan suatu kegiatan perusahaan dalam menciptakan produk baru atau memodifikasi produk lama yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengukuran dan operasional variabel inovasi produk dapat dijabarkan sebagai berikut :⁸⁴

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D...*, hlm.38

⁸³ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021). hlm.16

⁸⁴ Saida Zaiturrosalamia, "Manajemen Pemasaran dan Bisnis" (Samarinda: RV Pustaka Horizon, 2017). hlm.27

Table 3.1 Operasional Variabel Inovasi Poduk

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Inovasi produk (X ₁)	Kualitas produk	a. Kesesuaian produk dengan harapan konsumen b. Memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. c. Mengukur jumlah produk cacat/return.	<i>Likert</i>
	Variasi produk	a. Produk yang menjadi pembeda dengan produk lain. b. Pembeda dari segi harga, ukuran, rasa. Pilihan produk yang ditawarkan kepada konsumen.	<i>Likert</i>
	Desain produk	a. Keunikan desain. b. Estetika c. Fungsionalitas	<i>Likert</i>

b. Labelisasi halal (X₂)

Labelisasi halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, sehingga dapat memberikan rasa aman kepada konsumen. Pengukuran dan operasional variabel labelisasi halal dapat dijabarkan sebagai berikut:⁸⁵

Table 3.2 Operasional Variabel Labelisasi Halal

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Labelisasi halal (X ₂)	Pengetahuan	a. Pengetahuan tentang prosedur dan proses sertifikasi halal b. Pemahaman mengenai urgensi dan manfaat labelisasi halal	<i>Likert</i>

⁸⁵ Seri Murni dan Nurul Fajrina, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 8, no. 2 (2021).

		c. Kesadaran terhadap potensi pasar produk halal	
	Kepercayaan	a. Kepercayaan terhadap lembaga sertifikasi halal b. Keyakinan bahwa labeli halal dapat meningkatkan reputasi produk dan memluas pasar c. Kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kehalalan produk	Likert
	Penilaian	a. Penilaian terhadap dampak positif labelisasi halal terhadap pemasaran b. Persepsi tentang relevansi labelisasi halal dapat meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen	Likert
	Menempel pada kemasan	a. Mengetahui letak label halal pada produk	Likert

c. *Digital marketing* (X₃)

Digital marketing merupakan platform digital untuk kegiatan pemasaran/promosi melalui sosial media, web, dll dengan tujuan untuk mempengaruhi dan membujuk agar membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Pengukuran dan operasional variabel *digital marketing* dapat dijabarkan sebagai berikut:⁸⁶

Table 3.3 Operasional Variabel Digital Marketing

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
<i>Digital marketing</i> (X ₃)	<i>Coordination</i>	a. Kemampuan dalam mengkoordinasikan berbagai saluran digital untuk efisiensi operasional.	Likert

⁸⁶ Achmad Romadlon, R.A Marlien, Suzy Widyasari, "Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat)," *Proceeding SENDU 2*, no. 6 (2020).

		b. Pengelolaan data dan informasi pelanggan secara terkoordinasi.	
	<i>Commerce</i>	a. Pengembangan strategi pemasaran dan penjualan online. b. Penyusunan model bisnis <i>e-commerce</i> yang efektif.	<i>Likert</i>
	<i>Community</i>	a. Penggunaan media sosial untuk membangun dan memperluas komunitas pelanggan. b. Pertumbuhan komunitas online berkontribusi pada pengembangan merek dan loyalitas pelanggan.	<i>Likert</i>
	<i>Content</i>	a. Pembuatan dan distribusi konten yang relevan dan menarik. b. Pengaruh konten pada tingkat penjualan	<i>Likert</i>
	<i>Communication</i>	a. Penggunaan saluran komunikasi digital untuk berinteraksi langsung dengan konsumen b. Respons terhadap pertanyaan dan umpan balik konsumen	<i>Likert</i>

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas.⁸⁷ Variabel terikat dilambangkan dengan huruf Y. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

a. Pengembangan usaha (Y)

Pengembangan usaha merupakan suatu upaya yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan suatu barang atau jasa dengan cara

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D...*, hlm. 39

mengembangkan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Pengukuran dan operasional variabel pengembangan usaha dapat dijabarkan sebagai berikut:⁸⁸

Table 3.4 Operasional Variabel Pengembangan Usaha

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Pengembangan usaha (Y)	Omset penjualan	a. Keuntungan/omset yang meningkat. b. Peningkatan penjualan	<i>Likert</i>
	Pertumbuhan tenaga kerja	a. Peningkatan jumlah tenaga kerja.	<i>Likert</i>
	Pertumbuhan pelanggan	a. Peningkatan jumlah pelanggan b. Memiliki konsumen yang loyal.	<i>Likert</i>

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁹ Tujuan adanya populasi agar dapat menentukan besarnya sampel yang diambil dan membatasi wilayah generalisasi sesuai yang ditetapkan oleh peneliti.⁹⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi target populasi adalah pelaku usaha UMKM Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya di bidang

⁸⁸Shinta Avriyanti, "Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong)," *Jurnal PubBis* 6, no. 1 (2022).

⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D...*, hlm. 80

⁹⁰ Hardani, Helmina, Jumari, Evi, Ria, Roushandy, Dika dan Nur Hikmatul, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif...*, hlm. 361

makanan/minuman yang sudah memiliki labelisasi halal dan melakukan pemasaran digital. Ukuran populasi untuk penelitian ini tidak dipastikan secara definitif jumlahnya karena tidak ada sumber data yang pasti terkait UMKM yang sudah memiliki labelisasi halal.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel sangat diperlukan oleh peneliti, karena keterbatasan waktu, uang dan upaya yang ada tidak memungkinkan peneliti menyelidiki semua anggota populasi.⁹¹ Agar hasil penelitian yang dilakukan terhadap sampel bisa mewakili karakteristik populasi maka harus dilakukan teknik pengambilan sampel.

Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sumpling*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sumpling* merupakan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁹² Penelitian ini menentukan responden yang akan ditentukan dengan kriteria yang cocok dan sesuai populasi.

Dengan kriteria responden sebagai berikut :

- a. UKM Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya.
- b. UKM di bidang makanan/minuman yang sudah berlabelisasi halal dan digital marketing.

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D...*, hlm. 81

⁹² Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 36

Berdasarkan populasi yang tidak dipastikan secara definitif jumlahnya karena tidak ada sumber data yang pasti terkait UKM yang sudah memiliki labelisasi halal, maka penentuan sampel pada penelitian ini dihitung berdasarkan rumus Wibisono, rumus dalam menghitung sampel dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya, yaitu :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}\sigma}{e} \right)^2 = \left(\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$= 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z_α = Nilai table Z (nilai yang di dapat dari table normal atas tingkat keyakinan, dimana tingkat kepercayaan (α) 95%)

σ = Standar deviasi populasi (0,25: sudah ketentuan)

E = Tingkat kesalahan penarikan sampel (penelitian ini diambil 5%)

Maka, dari hasil perhitungan diatas dapat ditentukan jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah sebanyak 96 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan tujuan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya yaitu pewawancara yang dan yang

diwawancarai.⁹³ Peneliti melakukan wawancara dengan ibu Fani Famelia selaku Koordinator dan beberapa pelaku UMKM Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya dalam studi pendahuluan.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik yang efisien dalam menyimpulkan suatu penelitian apabila peneliti itu sendiri mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur⁹⁴

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menyebarkan pernyataan secara langsung menggunakan media kertas dan menggunakan media google form yang dibagikan melalui whatsapp kepada pelaku UMK Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisa hasil penelitian pada langkah selanjutnya. Instrumen penelitian juga digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Variasi jenis instrumen penelitian adalah kuesioner/angket, ceklis atau daftar centang, wawancara dan pedoman pengamatan.⁹⁵

⁹³ Hardani, Helmina, Jumari, Evi, Ria, Roushandy, Dika dan Nur Hikmatul, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif...*, hlm. 137

⁹⁴ Fandi Rosi Sarwo, *Teori Wawancara Psikodiagnostik* (Yogyakarta: Leutika Prio, 2016). hlm. 142

⁹⁵ Dhiyan Tyas Utari, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis* (Purwokerto: Pena Persada, 2018). hlm. 76

Dalam Instrumen penelitian terdapat variabel, sub variabel, dan indikatornya. Instrumen penelitian digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala. Skala likert merupakan skala yang didasarkan pada sikap responden dalam merespon pernyataan yang berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur dengan tujuan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai bentuk pernyataan berkonotasi seperti pada tabel berikut:⁹⁶

Table 3.5 Skala Pengukuran

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai Positif (+)	Bobot Nilai Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian penulis yaitu berupa angket atau kuesioner yang disebarkan kepada UMKM Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen sebagai berikut :

⁹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D...*, hlm. 93

Table 3.6 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Item
Inovasi produk (X ₁)	Kualitas produk	1. Kesesuaian produk dengan harapan konsumen 2. Memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. 3. Mengukur jumlah produk cacat/return.	1,2,3
	Variasi produk	4. Produk yang menjadi pembeda dengan produk lain. 5. Pembeda dari segi harga, ukuran, rasa. 6. Pilihan produk yang ditawarkan kepada konsumen.	4,5,6
	Desain produk	7. Keunikan desain. 8. Estetika 9. Fungsionalitas	7,8,9
Labelisasi halal (X ₂)	Pengetahuan	10. Pengetahuan tentang prosedur dan proses sertifikasi halal 11. Pemahaman mengenai urgensi dan manfaat labelisasi halal 12. Kesadaran terhadap potensi pasar produk halal	10,1 1,12
	Kepercayaan	13. Kepercayaan terhadap lembaga sertifikasi halal 14. Keyakinan bahwa labeli halal dapat meningkatkan reputasi produk dan memluas pasar 15. Kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kehalalan produk	13,1 4,15
	Penilaian	16. Penilaian terhadap dampak positif labelisasi halal terhadap pemasaran 17. Persepsi tentang relevansi labelisasi halal dapat meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen	16,1 7

	Menempel pada kemasan	18. Mengetahui letak label halal pada produk	18
<i>Digital marketing</i> (X ₃)	<i>Coordination</i>	19. Kemampuan dalam mengkoordinasikan berbagai saluran digital untuk efisiensi operasional. 20. Pengelolaan data dan informasi pelanggan secara terkoordinasi.	19,2 0
	<i>Commerce</i>	21. Pengembangan strategi pemasaran dan penjualan online. 22. Penyusunan model bisnis <i>e-commerce</i> yang efektif.	21,2 2
	<i>Community</i>	23. Penggunaan media sosial untuk membangun dan memperluas komunitas pelanggan. 24. Pertumbuhan komunitas online berkontribusi pada pengembangan merek dan loyalitas pelanggan.	23,2 4
	<i>Content</i>	25. Pembuatan dan distribusi konten yang relevan dan menarik. 26. Pengaruh konten pada tingkat penjualan	25,2 6
	<i>Communication</i>	27. Penggunaan saluran komunikasi digital untuk berinteraksi langsung dengan konsumen 28. Respons terhadap pertanyaan dan umpan balik konsumen	27,2 8
Pengembangan usaha (Y)	Omset penjualan	29. Keuntungan/omset yang meningkat. 30. Peningkatan penjualan	29,3 0.31
	Pertumbuhan tenaga kerja	31. Peningkatan jumlah tenaga kerja.	
	Pertumbuhan pelanggan	32. Peningkatan jumlah pelanggan 33. Memiliki konsumen yang loyal.	32,3 3

1. Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk menguji keabsahan instrumen penelitian sehingga dapat digunakan sebagai alat menggali data pada saat melakukan penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuesioner tersebut. Metode yang digunakan adalah dengan mengkolerasikan skor yang diperoleh dari setiap item pernyataan dengan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Data penelitian yang dianalisis dalam uji validitas menggunakan aplikasi SPSS 26 berjumlah 40 sampel.

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05. Angka ini ditetapkan sebagai konvensi yang didasarkan pada asumsi distribusi skor menggunakan nilai signifikansi (P-Value). Kriteria pengujiannya adalah :⁹⁷

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan nilai signifikansi $> 0,05$, maka item tersebut dikatakan valid.
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, dengan nilai signifikansi $< 0,05$, maka item tersebut dikatakan tidak valid.

⁹⁷ Muh. Dahlan Tholib, *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional dan Spiritual* (Parepare: IAIIN Parepare Nusantara Press, 2019). hlm. 34

Table 3.7 Uji Validitas Inovasi Produk (X1)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X1.1	0,613	0,312	Valid
2	X1.2	0,502	0,312	Valid
3	X1.3	0,364	0,312	Valid
4	X1.4	0,505	0,312	Valid
5	X1.5	0,648	0,312	Valid
6	X1.6	0,364	0,312	Valid
7	X1.7	0,725	0,312	Valid
8	X1.8	0,769	0,312	Valid
9	X1.9	0,540	0,312	Valid

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, 2024

Table 3.8 Uji Validitas Labelisasi Halal (X2)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X2.1	0,435	0,312	Valid
2	X2.2	0,498	0,312	Valid
3	X2.3	0,546	0,312	Valid
4	X2.4	0,576	0,312	Valid
5	X2.5	0,546	0,312	Valid
6	X2.6	0,439	0,312	Valid
7	X2.7	0,593	0,312	Valid
8	X2.8	0,371	0,312	Valid
9	X2.9	0,586	0,312	Valid

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, 2024

Table 3.9 Uji Validitas *Digital Marketing* (X3)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X3.1	0,416	0,312	Valid
2	X3.2	0,409	0,312	Valid
3	X3.3	0,361	0,312	Valid
4	X3.4	0,674	0,312	Valid
5	X3.5	0,587	0,312	Valid
6	X3.6	0,520	0,312	Valid
7	X3.7	0,381	0,312	Valid
8	X3.8	0,429	0,312	Valid
9	X3.9	0,755	0,312	Valid
10	X3.10	0,846	0,312	Valid
11	X3.11	0,766	0,312	Valid
12	X3.12	0,763	0,312	Valid

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, 2024

Table 3.10 Uji Validitas Pengembangan Usaha(Y)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	Y	0,717	0,312	Valid
2	Y	0,839	0,312	Valid
3	Y	0,659	0,312	Valid
4	Y	0,861	0,312	Valid
5	Y	0,752	0,312	Valid

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, 2024

1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketetapan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner yaitu jika dilakukan pengukuran kembali maka alat yang digunakan akan tetap konsisten. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah Cronbach's Alpha. nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0,6 atau lebih maka instrumen penelitian dikatakan reliabel atau dengan cara membandingkan nilai (r_{hitung}) dan (r_{tabel}), jika nilai ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$), maka item pada kuesioner dinyatakan reliabel artinya data yang diperoleh dapat dipercaya, akurasi dan konsistensi. Kriteria pengujiannya adalah :⁹⁸

- Jika nilai alpha cronbach $> 0,6$ dari r_{tabel} berarti dikategorikan reliabel.
- Jika nilai alpha cronbach $< 0,6$ dari r_{tabel} berarti dikategorikan tidak reliabel.

⁹⁸ Muh. Dahlan Tholib..., hlm. 36

Table 3.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	R _{tabel} 5%	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,732	0,60	Reliabel
Labelisasi Halal (X2)	0,703	0,60	Reliabel
Digital Marketing (X3)	0,823	0,60	Reliabel
Pengembangan Usaha (Y)	0,819	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reabilitas yang diperoleh pada setiap variabel menghasilkan nilai cronbach's alpha $> 0,60$. Dengan demikian, semua item kuesioner pada variabel inovasi produk (X₁), labelisasi halal (X₂), *digital marketing* (X₃) dan pengembangan usaha (Y) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

F. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Metode dalam menentukan apakah residual mengikuti terdistribusi secara normal atau tidak, ada dua pengujian menggunakan statistik dan analisis grafis. Penentuan normalitas menggunakan signifikansi 5%. dengan kriteria hasil pengujian:⁹⁹

⁹⁹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 69

- 1) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Linearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Prasyarat asumsi klasik hasil uji linieritas variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada uji F (uji kelayakan model) artinya model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. atau merujuk pada nilai signifikansi (sig.). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam penerapan metode regresi linear. Kriteria pengujianya adalah kelinieran dipenuhi oleh data berikut:¹⁰⁰

- 1) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau nilai probabilitas 0,05 lebih kecil dari nilai Sig (0,05<Sig), berarti model regresi linier.
- 2) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai Sig (0,05>Sig), berarti model regresi tidak linier.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolonieritas merupakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan atau korelasi yang tinggi antara variabel bebas. Sebab jika

¹⁰⁰ Muh. Dahlan Tholib, *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional dan Spiritual...*, hlm. 38-19

variabel bebas saling berkorelasi (berhubungan) dinyatakan tidak baik. Sebaliknya jika terbebas dari multikolinearitas maka model regresi linier dinyatakan baik. Untuk mendeteksi Multikolonieritas menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL),

VIF merupakan variance inflation faktor. Jika nilai VIF semakin membesar, maka diduga ada Multikolonieritas antar variabel independen atau jika VIF melebihi angka 10 maka bisa disimpulkan ada Multikolonieritas. Nilai tolerance (TOL) bisa dihitung dengan nilai TOL semakin mendekati 0 maka diduga ada Multikolonieritas dan sebaliknya nilai TOL semakin mendekati 1 maka diduga tidak ada Multikolonieritas.¹⁰¹

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan uji Koefisien Serman's Rho. Metode ini mengorelasikan variabel independen dengan nilai Unstandardized Residual. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dasar yang digunakan dalam pengujian heteroskedastisitas dengan kriteria sebagai berikut:¹⁰²

¹⁰¹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 70-71

¹⁰² Syafrida Hafni Sahir..., hlm. 70

- 1) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$, maka hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada Heterokedanstisitas.
- 2) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$, maka hipotesis ditolak karena data ada Heterokedanstisitas.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dalam bentuk deskripsi dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan atau melakukan penarikan kesimpulan.

Deskripsi data pada penelitian ini digunakan untuk menjelaskan masing-masing variabel yaitu inovasi produk (X_1), labelisasi halal (X_2), *digital marketing* (X_3), terhadap pengembangan usaha (Y). Dengan teknik analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan antara lain :¹⁰³

- 1) Penyajian data dalam bentuk table atau distribusi frekuensi dan tabulasi silang (crosstab). Dengan analisis ini akan diketahui kecenderungan hasil penelitian apakah masuk kategori rendah, sedang atau tinggi.

¹⁰³ Enny Radjab dan Andi Jam'AN, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 1 ed. (Makassar: LPDP Universitas Muhammadiyah Makassar, 2027). hlm. 127-128

- 2) Penyajian data dalam bentuk visual seperti histogram, polygon, *ogive*, diagram batang, diagram lingkaran, diagram pastel dan diagram lambing.
- 3) Penghitungan ukuran tendensi sentral dengan menggunakan mean, median dan modus
- 4) Penghitungan ukuran letak dengan menggunakan kuartil, desil dan persentil
- 5) Penghitungan ukuran penyebaran dengan menggunakan standar deviasi, varians, *range*, deviasi kuartil, mean deviasi, dll.

2. Pengujian Hipotesis

a. Penentuan Hipotesis

- 1) H_{01} : Inovasi produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha (Y)
 H_{a1} : Inovasi produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha (Y)
- 2) H_{02} : Labelisasi halal (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha (Y)
 H_{a2} : Labelisasi halal (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha (Y)
- 3) H_{03} : *Digital marketing* (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha (Y)
 H_{a3} : *Digital marketing* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha (Y)

4) H_{04} : Inovasi produk (X_1), Labelisasi halal (X_2), *Digital marketing* (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha (Y)

H_{a4} : Inovasi produk (X_1), Labelisasi halal (X_2), *Digital marketing* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan usaha (Y)

b. Uji Hipotesis 1-3

Untuk menguji hipotesis 1-3 menggunakan regresi sederhana untuk menganalisis hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Peneliti menggunakan teknik analisis data sebagai berikut :

1) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana adalah hubungan antara dua variabel. Dalam perhitungan korelasi akan di dapat koefisien korelasi yang menunjukkan keeratan hubungan antar satu variabel dengan variabel lainnya. Korelasi sederhana dalam penelitian ini menunjukkan hubungan masing-masing antar variabel inovasi produk (X_1) terhadap pengembangan usaha (Y), variabel labelisasi halal (X_2) terhadap pengembangan usaha (Y), dan variabel *digital marketing* (X_3) terhadap pengembangan usaha (Y).

Dalam menguji validitas instrumen penelitian digunakan korelasi product moment yang diolah melalui aplikasi SPSS 26. Untuk dapat di inteprestasi terhadap kuatnya hubungan tersebut, maka dapat digunakan pedoman seperti berikut:¹⁰⁴

¹⁰⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D...*, hlm. 184

Table 3.12 Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

2) Regresi Sederhana

Regresi Sederhana merupakan analisis yang terdiri hanya dua variabel saja yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara linear antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat.¹⁰⁵ Dalam mengolah data regresi sederhana dihitung melalui aplikasi SPSS 26.

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan r^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 yaitu $0 < r^2 < 1$. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai r^2 semakin mendekati satu berarti

¹⁰⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 51

semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.¹⁰⁶

4) Uji Parsial (Uji t)

Uji t (uji koefisien sederhana) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji t dicoba secara parsial atau individu, dengan memakai uji t statistik dibuat tiap-tiap variabel leluasa dengan tingkatan keyakinan tertentu. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Kriteria dalam pengujian ini adalah :¹⁰⁷

- Jika nilai signifikansi probabilitas $t < \alpha$ 0,05, maka H_0 diterima sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Jika nilai signifikansi probabilitas $t > \alpha$ 0,05, maka H_0 ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji Hipotesis 4

Untuk menguji hipotesis 4 menggunakan regresi berganda untuk menganalisis hubungan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Peneliti menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

¹⁰⁶ Syafrida Hafni Sahir..., hlm. 54

¹⁰⁷ Wiratna Sujawerni, "Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif" (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru Press, 2018). hlm. 142

1) Korelasi Berganda

Teknik korelasi berganda (multiple correlation) digunakan untuk menghitung hubungan antara satu variabel dependen (Y) dengan dua atau lebih variabel independen (X). Tingkat hubungan antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas dinyatakan dalam koefisien korelasi ganda dengan simbol R.

2) Regresi Berganda

Regresi Berganda adalah metode analisis yang terdiri lebih dari dua variabel yaitu dua/lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.¹⁰⁸

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan r^2 pada prinsipnya untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai koefisien determinasi antara nol dan satu, yaitu $0 < r^2 < 1$.

Maka untuk melihat berapa besar pengaruh inovasi produk, labelisasi halal dan *digital marketing* terhadap pengembangan usaha

¹⁰⁸ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 54

dapat dicari dengan menggunakan koefisien determinasi yang kemudian nantinya akan diolah melalui aplikasi SPSS 26.

4) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) adalah uji semua variabel bebas secara keseluruhan dan bersamaan di dalam suatu model. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independent secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Kriteria dalam pengujian ini adalah :

- Jika nilai propabilitas $<$ dari α sebesar 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dan H_0 ditolak.
- Jika nilai propabilitas $>$ dari α sebesar 0,05 maka tidak ada hubungan signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikan dan H_0 diterima.¹⁰⁹

H. Lokasi dan Jadwal Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam memperoleh data yang diperlukan untuk menyusun penelitian ini, lembaga yang dijadikan tempat penelitian ini adalah UMK Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya yang berlokasi di Jl. R. Iki Wiradikarta No.9 (Area Kantor BRI Cabang Tasikmalaya), Kec. Tawang, Kel. Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat.

¹⁰⁹ Zulfikar dan Nyoman Budiantara, *Manajemen Riset Dengan Pendekatan Komputasi Statistik* (Yogyakarta: Dee Publis, 2014). hlm. 186

2. Jadwal Penelitian

Table 3.13 Jadwal Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Tahun 2023/2024									
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni
1	SK Judul										
2	Penyusunan Usulan Penelitian										
3	Seminar Usulan Penelitian										
4	Pengumpulan Data										
5	Pengolahan Data										
6	Analisis Data										
7	Seminar Hasil Penelitian										
8	Sidang Skripsi										