

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berawal dari asumsi, menentukan variabel, lalu menganalisisnya dengan metode yang valid. Prosesnya dimulai dari teori, merumuskan hipotesis, menyusun desain penelitian, memilih subjek, mengumpulkan data, mengolah, menganalisis data, dan menyimpulkan hasil⁴⁶

Peneliti memilih pendekatan kuantitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *fear of missing out* (FOMO) dan *halal awareness* terhadap *purchase decision* pada produk korean food orenji Padang

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengunjung lokal maupun pengunjung asing yang berada di sekitar korean food orenji Padang. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah karena banyaknya pengunjung yang datang untuk berbelanja dan menikmati produk korean food orenji tersebut, khususnya pengunjung asing yang mengunjungi Rantauprapat untuk melihat bagaimana kehalalan dari produk yang disajikan. Dengan semakin banyak populasi yang diambil, maka kualitas sampel yang akan diteliti akan semakin baik, karena sampel merupakan representasi dari anggota populasi.⁴⁷ Penelitian ini dilakukan pada periode tahun 2026.

⁴⁶M.Makhrus Ali et al., "Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian," *Education Journal*.2022 2, no. 2 (2022): 1–6.

⁴⁷Purwanza et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*.

C. Variabel Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan dua atau lebih variabel. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen (variabel bebas), yaitu variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *Fear of Missing Out (FOMO)*(X1) dan *Halal Awareness*(X2)
2. Variabel dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah *Purchase Decision* (Y)

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) (X1)	FOMO merupakan kondisi psikologis yang ditandai oleh keinginan kuat untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang	a) Kecemasan Tidak Terlibat dalam Aktivitas Sosial(Cemas saat melihat orang lain bersenang-senang tanpa	Likert

		lain, karena takut kehilangan informasi, pengalaman, atau kesempatan yang dianggap penting.	dirinya) a) Kebutuhan untuk Tetap Terkoneksi (Merasa ingin terus memeriksa media sosial agar tidak ketinggalan informasi) b) Perasaan Tertinggal (Merasa tertinggal atau kurang up-to-date dibandingkan orang lain) c) Dorongan untuk Ikut Tren (Ikut melakukan	
--	--	---	--	--

			suatu hal hanya karena banyak orang melakukanny a d) Ketergantung an emosional terhadap update social	
2	<i>Halal</i> <i>Awareness(X2)</i>	<i>Halal</i> <i>Awareness</i> yaitu tingkat pemahaman dan perhatian konsumen terhadap kandungan, proses, dan label halal suatu produk yang akan dikonsumsi	a) Pengetahuan tentang Produk Halal (Mengetahui arti dan konsep halal dan haram menurut Islam) b) Perhatian terhadap Label Halal (Menjadikan label halal	Likert

			sebagai salah satu pertimbangan utama saat membeli) c) Kepedulian terhadap Proses Produksi (peduli apakah produk diproses sesuai dengan prinsip syariah tidak menggunakan alat, bahan, atau metode yang tidak halal) d) Sikap Positif	
--	--	--	--	--

			terhadap Produk Halal (Merasa lebih tenang dan yakin saat mengonsumsi produk halal.) e) Perilaku Konsumtif yang Sesuai (Menghindari produk yang diragukan kehalalannya.)	
3	<i>Purchase Decision(Y)</i>	<i>Revisit Intention</i> merupakan keinginan pengunjung untuk kembali mengunjungi suatu destinasi.	a. <i>Product Choice</i> (Pemilihan Produk) Konsumen memutuskan produk mana	Likert

		Ini sering kali terkait dengan kesan positif yang dirasakan pengunjung terhadap destinasi tersebut	yang akan dibeli) b. <i>Brand Choice</i> (Pemilihan Merek) Konsumen memilih merek tertentu berdasarkan persepsi kualitas, harga, atau loyalitas c. <i>Dealer/Store Choice</i> (Pemilihan Saluran Distribusi) Pemilihan Saluran Distribusi d. <i>Purchase Timing</i> (Waktu Pembelian)	
--	--	--	---	--

			Konsumen menentukan kapan waktu yang tepat untuk membeli e. <i>Purchase</i> <i>Quantity</i> (Jumlah Pembelian) Konsumen menentukan seberapa banyak produk yang akan dibeli, sesuai kebutuhan atau pertimbangan harga	
--	--	--	---	--

D. Populasi dan Sample

1. populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, atau hal lain yang dapat memberikan informasi (data) penelitian. Objek pada populasi diteliti, hasilnya dianalisis,

disimpulkan, dan kesimpulan tersebut berlaku untuk seluruh populasi. Populasi tidak hanya merujuk pada jumlah subjek yang diteliti, tetapi juga mencakup seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek tersebut⁴⁸. Dan pada penelitian ini yang akan dijadikan peneliti sebagai populasi adalah Konsumen Muslim kufuku ramen (yang pernah membeli minimal 1 kali). Karena kelompok ini memiliki pengalaman konsumsi dan bisa menilai apakah FOMO media social dan halal *awareness* memengaruhi keputusan pembelian

2. Sample

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang dianggap dapat mewakilinya. Kelompok elemen ini dipilih dari populasi yang lebih besar dengan harapan bahwa mempelajari sampel akan memberikan informasi penting mengenai populasi tersebut.⁴⁹ Tujuannya untuk mempelajari sampel tersebut agar dapat memberikan informasi penting mengenai populasi yang lebih besar. Dalam proses penelitian, teknik pengambilan sampel yang digunakan sangat penting karena akan menentukan representativitas hasil penelitian

Dalam hal ini, teknik sampling yang digunakan adalah Incidental sampling merupakan teknik non-probability sampling di mana pemilihan sampel tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen populasi untuk terpilih. Teknik ini dilakukan dengan memilih responden

⁴⁸Purwanza et al.

⁴⁹Deri Firmansyah dan Dede, "Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 2 (2022): 85–114, <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>.

berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui peneliti pada waktu dan tempat tertentu, sehingga sampel yang diperoleh berasal dari individu yang mudah dijangkau dan bersedia memberikan informasi. Karakteristik incidental sampling terlihat dari proses pemilihannya yang bersifat spontan, praktis, dan tidak memerlukan kriteria khusus selain ketersediaan responden di lokasi penelitian. Teknik ini lebih menekankan kemudahan dan efisiensi dalam pengumpulan data daripada representativitas sampel terhadap populasi. Dengan demikian, incidental sampling cocok digunakan dalam penelitian yang membutuhkan data dengan cepat dan memiliki keterbatasan waktu, tenaga, atau akses, meskipun penggunaannya memiliki risiko bias karena sampel yang diperoleh tidak mewakili keseluruhan populasi secara ideal.⁵⁰

Dalam penelitian ini sampel yang dipilih adalah kufuku ramen dan steak. Adapun kriteria responden dalam syarat pengambilan sampel diantaranya yaitu:

- a. Pria dan Wanita
- b. Rentan usia 18-30 tahun dan > 30 Tahun
- c. Telah melakukan pembelian di Kufuku ramen dan steak lebih dari satu kali kunjungan

Dalam penelitian ini sampel yang dipilih adalah orang yang pernah makan di Kufuku ramen dan steak Rantauprapat. Penentuan jumlah sampel merujuk pada Hair et al yaitu jumlah item pertanyaan x5 sehingga

⁵⁰Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, ed. oleh Rajawali Pers (Depok: Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan, 2020).

didapat jumlah minimal responden. Penentu jumlah sampel minimal pada peneliti ini mengacu pada pernyataan, bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyak indikator pertanyaan yang digunakan dengan asumsi $n \times 5$ sampai $n \times 10$ abserved variabel (indikator) peneliti ini item adalah banyaknya responden pertanyaan dikali 5 sampai 10.⁵¹Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = 13 \times 8 = 104$$

Keterangan :

13 = jumlah indikator

10 = ketentuan rumus Hair Et All

Dengan menggunakan rumus Hair et all diatas, maka dapat diketahui nilai sampel (n) yang didapat adalah 104 orang responden ke pengunjung Kufuku ramen dan steak Rantau prapat. Namun pada penelitian ini, penulis akan menggunakan 100 orang responden ke pengunjung kufuku ramen dan steak.

E. Jenis dan Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti yang merupakan sumber utama tempat penelitian⁵²

2. Data Sekunder

⁵¹Nur Fatma, Nur Fajri Irfan, dan Ifah Finatry Latiep, "Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk," *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 2 (2021): 533–40.

⁵²Hutagalung Aal, "Metode Penelitian," *Angewandte Chemie International Edition*, 1967, 51–65.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari teknik pengambilan data yang dapat mendukung data primer. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari dokumen yang dapat menunjang penelitian yaitu buku tamu atau daftar pengunjung.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk proses pengumpulan data yaitu:

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun serangkaian pertanyaan yang kemudian diberikan kepada responden untuk dijawab.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur skala adalah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial, pendidikan, dan ekonomi⁵³

Skala Likert terdiri dari lima alternatif pilihan, yaitu:

No	Keterangan	Jawaban	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	KS	Kurang Setuju	3
4	TS	Tidak Setuju	2

⁵³Viktor Handrianus Pranatawijaya et al., "Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online," *Jurnal Sains dan Informatika* 5, no. 2 (2019): 128–37, <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>.

5	STS	Sangat Tidak Setuju	1
---	-----	---------------------	---

Skala Likert digunakan untuk mengukur pengaruh *Fear of Missing Out (FOMO)* terhadap *Purchase Decision* Pada Produk Korean Food Orenji Padang.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan informasi yang berasal dari dokumen, baik dari dokumen yang tersedia di lapangan maupun dari dokumen yang dihasilkan peneliti

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses sistematis untuk mencari, menyusun, dan mengorganisir data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi.⁵⁴ Proses ini melibatkan pengkategorian data, menjabarkannya menjadi unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola, serta memilih informasi penting yang akan dianalisis dan dipelajari, sehingga kesimpulan yang dihasilkan dapat dipahami oleh peneliti maupun orang lain

1. Analisis Deskriptif

Ketika melakukan penelitian pada seluruh populasi, analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah suatu metode analisis statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan, menyederhanakan, dan menyajikan data sampel ke dalam bentuk yang

⁵⁴ Apta Melyza dan Rachmi Marsheilla Aguss, "Persepsi Siswa Terhadap Proses Penerapan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Pada Pandemi Covid-19," *Journal Of Physical Education* 2, no. 1 (2021): 8–16, <https://doi.org/10.33365/joupe.v2i1.950>.

mudah dipahami.⁵⁵

Fungsi statistik deskriptif antara lain mengklasifikasikan suatu data variabel berdasarkan kelompoknya masing-masing dari semula belum teratur dan mudah diinterpretasikan maksudnya oleh orang yang membutuhkan informasi tentang keadaan variabel tersebut

2. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

Menurut Byrne, *Structural Equation Modeling* merupakan metode analisis statistik yang menggunakan pendekatan struktural untuk memecahkan masalah atau fenomena yang muncul. Metode analisis SEM juga merupakan analisis multivarian dari kelanjutan analisis jalur (*path analysis*) dan regresi berganda (*multiple regression*)⁵⁶

Structural Equation Modeling (SEM) adalah sekumpulan teknik statistika yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit yang tidak dapat diselesaikan oleh persamaan regresi linear.

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan cara mengumpulkan data-data yang akan diolah dan dibuat suatu rumusan sehingga akhirnya sampai pada suatu kesimpulan. Data yang diolah merupakan data primer yang dikumpulkan dari kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dalam variabel dengan menggunakan skala likert satu sampai dengan lima. Setelah data dari kuesioner terkumpul, selanjutnya dilakukan analisa *Structural Equation*

⁵⁵Karsten SaThierbach et al., No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 3, 2015.

⁵⁶Muhammad Darwin dan Khoirul Umam, “Analisis Indirect Effect pada Structural Equation Modeling,” *Nucleus* 1, no. 2 (2020): 50–57, <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.160>.

Modeling (SEM) menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS).⁵⁷

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang cukup kuat karena tidak didasarkan pada banyak asumsi, sehingga lebih fleksibel dibandingkan teknik analisis lainnya. Metode ini tidak mengharuskan data berdistribusi normal multivariat dan dapat digunakan meskipun ukuran sampel tidak terlalu besar. PLS tidak hanya mampu mengonfirmasi teori, tetapi juga dapat menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten dalam model penelitian. Dalam konteks penelitian mengenai FOMO dan Halal Awareness terhadap perilaku atau keputusan konsumen, PLS sangat sesuai digunakan karena mampu menganalisis hubungan antar variabel laten yang bersifat kompleks dan saling memengaruhi. Selain itu, PLS sangat cocok untuk penelitian yang berorientasi prediksi karena dapat memaksimalkan varians yang dijelaskan oleh model. Berdasarkan keunggulan-keunggulan tersebut, penggunaan PLS dipilih dalam penelitian ini karena alat uji ini mampu menangani data yang tidak ideal, menguji model konseptual FOMO dan Halal Awareness secara komprehensif, serta memberikan hasil analisis yang lebih stabil dan akurat dalam melihat hubungan antar variabel laten.

Analisis Structural Equation Modeling (SEM) - *Partial Least Square* (PLS) yang terdiri dari dua sub yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

⁵⁷ Imam Ghozali, *Partial least squares : konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.2.9 untuk penelitian empiris*, 3 ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021).

a. Model Pengukuran (*outer model*)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) terdiri dari dua tahap yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat memberikan informasi yang bagus, tepat dan sesuai dengan yang diukur. Menurut Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas terdiri dari uji *convergent validity* dan *discriminant validity*.

a) *Convergent Validity*

Convergent Validity mengacu pada prinsip bahwa ukuran konstruk harus memiliki korelasi yang tinggi untuk digunakan untuk mengukur tingkat korelasi antara variabel laten dan variabel manifes dalam model pengukuran reflektif. Evaluasi validitas konvergen dapat dilakukan dengan menilai korelasi antara nilai komponen (item score/component score) dengan nilai konstruk. Dengan kata lain, validitas konvergen dapat dinilai berdasarkan loading factor. Suatu korelasi dikatakan memenuhi validitas konvergen jika nilai loadingnya lebih besar dari $> 0,70$

b) *Discriminant Validity*

Discriminant validity adalah sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik) dengan melakukan pengukuran indikator refleksif dengan skor variabel latennya.⁵⁸ *Discriminant validity* mengukur seberapa jauh suatu konstruk benar-benar berbedadari konstruk lainnya. Nilai discriminant validity yang tinggi memberikan bukti bahwa suatu konstruk adalah unik dan mampu menangkap fenomena diukur. Metode *Discriminant Validity* merupakan metode yang berguna untuk menguji validitas diskriminan dengan indikator refleksif menggunakan nilai cross loading. Apabila korelasi konstruk dengan objek pengukuran lebih tinggi dibandingkan dengan dimensi konstruk lainnya, sehingga hal ini dapat mengindikasikan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran blok lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Menurut Ghazali dan Latan, Jika nilai Discriminant Validity $> 0,5$ maka validitas konstruknya dianggap stabil.⁵⁹

c) *Average Variance Extracted (AVE)*

Dalam analisis faktor konfirmatory, persentase rata-rata nilai AVE antar item atau indikator suatu set konstruk laten

⁵⁸Jörg Henseler, Christian M. Ringle, dan Marko Sarstedt, "A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling," *Journal of the Academy of Marketing Science* 43, no. 1 (2015): 115–35, <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>.

⁵⁹Imam Ghazali dan Hengky Latan, *Partial least Squares konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*, 2 ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015).

merupakan ringkasan indikator. Konstruk yang baik itu jika convergent nilainya AVE $0 > 5$.

2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah pengujian yang dilakukan untuk melihat sejauh mana konsistensi hasil suatu penelitian ketika dilakukan secara berulang-ulang.⁶⁰ Pengukuran reabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif bisa dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *composite reability* dan *cronbach's Alpha*.

a) *Composite Reliability*

Composite reliability merupakan uji yang mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* $> 0,6$.⁶¹

b) *Cronbach's Alpha*

Uji realibilitas dengan *composite reability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach alpha*. Uji *cronbach alpha* merupakan uji yang digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk dan dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach alpha* apabila memiliki nilai $> 0,7$.⁶²

⁶⁰Duryadi, *Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan Smart PLS* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021).

⁶¹Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprinah Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*, 1 ed. (Medan: UMSU PRESS, 2014).

⁶²Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*, 8 ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

b. Model Struktural (Inner Model)

Berdasarkan pada substantive theory. Model struktural atau inner model menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk

1) *R-Square* (R^2)

Penilaian model PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. *R-square* adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen). Ini berguna untuk memprediksi apakah model tersebut baik atau buruk.

Menurut Ghazali dan Latan, nilai *R-square* merepresentasikan jumlah *variance* dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Semakin tinggi nilai *R-square*, semakin baik kemampuan model dalam memprediksi dan menjelaskan penelitian yang diajukan.

2) *F-Square*

Pengertian *effect size* (*F-Square*) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Perubahan nilai saat variabel eksogen tertentu dihilangkan dari model dapat digunakan untuk mengevaluasi

apakah variabel yang dihilangkan memiliki dampak substantif pada konstruk endogen.⁶³

3) Uji *Path Coefficient*

Uji *path coefficient* digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel laten dalam model struktural. Hasil dari uji ini memberikan informasi tentang besarnya efek dari variabel eksogen terhadap variabel endogen.

H. Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Tujuan dari melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh signifikan antara konstruk penelitian. Pengujian hipotesis menggunakan nilai t-tabel dan nilai t-statistik yang dihasilkan dari prosedur *bootstrapping* pada software smart PLS. Nilai t-statistik yang lebih besar dari nilai t-tabel menunjukkan hubungan signifikan antara variabel penelitian. Dalam pengujian hipotesis, hasilnya dianggap signifikan jika nilai t-statistik $> 1,96$. Namun, jika nilai t-statistik $< 1,96$, hasilnya tidak signifikan.

⁶³Juliandi, Irfan, dan Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*.