

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian padadasarnya adalah salah satu metode yang digunakan orang untuk menanggapi masalah dan keingintahuan mereka serta untuk menjelaskan fenomena.. Penelitian ilmiah adalah penelitian yang dapat memberikan pengaruh positif. Penelitian harus direncanakan dengan baik dan dilakukan secara sistematis, berdasarkan data yang dikumpulkan dan digunakan secara objektif.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei lapangan. Hal ini dikarenakan sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari penelitian langsung dengan cara wawancara dengan responden lapangan. Maka dari itu, rumusan masalah dapat menjawab dengan data yang diperoleh dari lapangan.¹

2. Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, Artinya, penelitian untuk menjawab pertanyaan dalam desain yang terstruktur sesuai dengan tubuh penelitian ilmiah. Jenis teknik penelitian korelasi adalah penelitian untuk mengetahui hubungan dan sejauh mana hubungan antara dua variabel atau lebih. Peneliti menggunakan statistik korelasi untuk menggambarkan dan mengukur derajat asosiasi (hubungan) antar variabel *Word of Mouth Communication*, *Influencer Trustworthiness*, dan *Halal Labeling Product* terhadap *Purchase Decision*.

B. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian adalah data dari subjek yang telah didapatkan. Sumber data didapatkan melalui jawaban

¹ Ratna Wijayanti, Dkk, “*Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*”, (Lumajang: Widyagama Press 2021), Hal 2-5

responden atas kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti dan dibagikan kepada responden baik berupa pertanyaan tertulis maupun lisan.² Pada penelitian yang ini, penulis menerapkan dua jenis sumber pengambilan data:

1. Data Primer

Data primer disebut juga data asli atau data baru, merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan sesuai kebutuhan peneliti dan pemangku kepentingan.. Data penelitian ini didapatkan langsung oleh peneliti melalui hasil angket atau kuesioner yang dibuat peneliti kepada konsumen produk kosmetik Make Over.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang peneliti terima secara tidak langsung dari subjek penelitian, tetapi melalui pihak lain seperti lembaga dan lembaga afiliasi, perpustakaan (buku dan jurnal), dan arsip pribadi. Data sekunder dapat digunakan untuk melengkapi data primer yang dikumpulkan oleh peneliti dan dapat digunakan sebagai informasi penunjang penelitian. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari survey literatur terhadap artikel, jurnal, atau website yang dapat memberikan informasi.³

C. Setting Penelitian

Setting penelitian berisi lingkungan penelitian meliputi tempat penelitian dilakukan dan waktu penelitian dilakukan. Lokasi penelitian adalah setting atau kondisi lingkungan dari penelitian yang dilakukan. Setting lokasi dari penelitian ini difokuskan di Kota Kudus.

Sedangkan, waktu penelitian adalah situasimasa ketika penelitian dilakukan. Setting waktu pada penelitian ini adalah pada 29 November s/d 12 Desember 2022.

² Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), Hal 172.

³ Kiki Joesyiana, “*Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru*”, Jurnal Valuta Vol. 4 No 1, April 2018

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan gabungan dari item-item yang berupa peristiwa, benda, atau orang dengan karakteristik yang mirip yang menjadi fokus perhatian peneliti, karena dianggap sebagai semesta penelitian. Populasi adalah domain umum yang terdiri dari objek atau subjek tertentu yang menunjukkan karakteristik dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti dan kesimpulan yang ditarik darinya. Oleh karena itu, populasi tidak hanya terdiri dari orang, tetapi juga benda dan benda lain. Istilah "populasi" tidak hanya mengacu pada jumlah objek atau subjek, tetapi juga untuk semua properti yang sesuai.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Make Over kosmetik di daerah kota Kudus.

2. Sampel

Sampel merupakan subset populasi yang terdiri dari beberapa bagian dari populasi. Subset sering diperoleh karena peneliti tidak mungkin menyelidiki seluruh populasi. Oleh karena itu, harus mewakili populasi. Sampel menggambarkan metodologi untuk mengumpulkan data dimana hanya sebagian dari populasi yang diambil dan digunakan untuk memperkuat properti dan karakteristik optimal dari suatu populasi. Sampel yang diambil hanya penting untuk populasi saat ini karena peneliti tidak dapat menyelidiki seluruh populasi karena ada beberapa penghalang seperti aset, biaya, energi, dan waktu.⁴

Sampel yang akan digunakan didalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*, karena populasi yang diteliti jumlah dan identitas anggota populasinya tidak diketahui. Metode *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana subyek atau responden yang terpilih menjadi anggota sampel berasal dari pertimbangan dasar peneliti. Sampel pada penelitian ini memiliki adalah sebagai berikut:

⁴ Sugiyono, Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Hal 56.

- a. Wanita berumur 20-30 tahun.
- b. Bertempat tinggal dikota Kudus.
- c. Pengguna atau pernah menggunakan produk kosmetik Make Over.

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

Keterangan:

n= sampel

z= harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p= peluang benar 50% = 0,5

q= peluang salah 50% = 0,5

e= margin error 10%

"Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan keatas". Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini akan dibulatkan menjadi 100 responden.

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Hatch dan Farhady, Variabel adalah hal atau atribut yang unik satu sama lain. Dalam penelitian ini, variabel akan digunakan untuk membantu memilih alat pengumpulan data dan metode untuk menganalisis data. Variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang didampaki atau yang merupakan akibat dari variabel lain (variabel bebas), yaitu *Purchase Decision* produk kosmetik Make Over.
- b) Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan perubahan dari variabel lain (variabel dependen), yaitu *Word of Mouth Communication*, *Influencer Trustworthiness*, *Halal Labeling Product*.

Definisi operasional variabel menurut Sugiyoono tentang variabel yaitu kegiatan yang bernilai dari suatu objek yang ditentukan oleh penyidik dengan variasi tertentu lalu diambil kesimpulannya. Definisi variabel dalam penelitian harus dirumuskan dengan cara yang menghindari kebingungan selama tahap pengumpulan data. Definisi variabel penelitian juga dirumuskan dengan hal yang sama sehingga kesalahan dalam pengumpulan data dapat dicegah. Dalam penelitian tersebut, definisi operasional variabel adalah:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variable

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Word of Mouth Communication</i> (X1)	<i>Word of Mouth Communication</i> adalah komunikasi yang sekedar percakapan tentang produk atau jasa antara dua orang, termasuk pesan yang tidak dipenuhi oleh pemberi dan penerima informasi. Reaksi dari mulut ke mulut terhadap penerima pesan Anda berarti bahwa pesan Anda berjalan dengan baik dan	a. Talker b. Topics c. Tools d. Taking part e. Tracking. ⁵	Likert

⁵ Yuli Rahmi Pratiwi, “Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Café Pekanbaru”, Jom Fisip Volume 4 No. 1 – Februari 2017”

	memberikan dampak positif.		
<i>Influencer Trustworthiness</i> (X2)	<i>Influencer Trustworthiness</i> merupakan potensi menggunakan influencer di media sosial untuk tujuan periklanan, karena <i>influencer</i> sudah memiliki pengikut (<i>followers</i>) yang memercayai pendapat mereka.	a) Kompetensi b) Keandalan c) Integritas d) Dapat dipercaya	Likert
<i>Halal Labeling Product</i> (X3)	<i>Halal Labeling Product</i> adalah mencantumkan pernyataan atau deklarasi Produk Halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang bersangkutan telah berstatus produk Halal.	a) Setifikasi halal b) Bahan baku halal c) Mengetahui label halal resmi	Likert
<i>Purchase Decision</i>	" <i>Purchase Decision</i> yaitu Salah satu konsep perilaku konsumen - individu, kelompok dan organisasi - adalah	a) Tujuan dalam membeli sebuah produk. b) Pemrosesan informasi untuk sampai pada	Likert

	<p>mengevaluasi dan memilih berbagai alternatif dan memutuskan alternatif mana yang dianggap paling layak". Keputusan pembelian adalah hasil akhir dari banyak pertimbangan yang dilakukan sebelum pemilihan</p>	<p>pemilihan merek c) Kemantapan pada sebuah produk. d) Memberikan rekomendasi kepada orang lain. e) Melakukan pembelian ulang.</p>	
--	--	---	--

F. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu percobaan yang dilakukan guna membuktikan seberapa jauh sebuah alat ukur dapat mengukur apa yang akan diukur.⁶ Uji validitas dipakai untuk memperkirakan valid atau tidaknya suatu pertanyaan. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan tersebut dapat mengutarakan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioer. Langkah-langkah pengujian validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan signifikan (dengan taraf signifikan 0,05)
- b. Jika r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan tidak signifikan (dengantaraf signifikan 0,05).⁷

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai ketika akan memperkirakan konsistensi dan kemantapan responden ketika menjawab pertanyaan yang disediakan dalam kuesioner. Untuk

⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss*, 46.

⁷ Jihan Suci Lestari, Umi Farida, And Siti Chamidah, "Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan *Kerjaterhadap* Prestasi Kerja Guru," *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1, No. 1 (2019): 38–55, <https://doi.org/10.24269/Asset.V2i2.2388>.

memeriksa reliabilitas dalam penelitian ini memanfaatkan *cronbach's alpha* dengan nilai alpha 0,60. Dengan asumsi nilai alpha adalah 0,60 dapat dikatakan bahwa item tersebut memberikan tingkat kualitas yang tak tergoyahkan, kemudian jika nilai alpha dibawah 0,60 maka dikatakan tidak reliabilitas.⁸

G. Tehnik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu gerakan dalam bermacam-macam informasi yang direncanakan untuk penyusunan skripsi. Pemilihan informasi tersebut direncanakan untuk memperoleh informasi yang aplikatif dan tepat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam review ini, peneliti menggunakan metode kuesioner (angket).

Kuesioner adalah teknik pemilihan informasi yang memungkinkan survei untuk mengeksplorasi perilaku, keyakinan, dan karakteristik responden yang mungkin dipengaruhi oleh kerangka kerja yang diusulkan atau saat ini. Kuesioner adalah teknik pengumpulan informasi yang baik ketika peneliti yakin tentang variabel yang akan diperkirakan dan apa yang biasanya diharapkan dari responden. Survei juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar dalam jumlah yang banyak. wilayah.

Angket sebagai alat untuk memutuskan pemahaman konsumen tentang *Word of Mouth Communication*, *Influencer Trustworthiness*, dan *Halal Labeling Product* terhadap *Purchase Decision*. Peneliti memanfaatkan metode angket dengan beberapa pertimbangan, khususnya:

- a. Responden dapat bebas, jujur, dan tidak malu menjawab
- b. Dapat dinormalisasi sehingga semua responden dapat diajukan pertanyaan serupa.

Dalam penelitian ini kuesioner dikumpulkan sebagai evaluasi skala pemahaman. Terdiri dari pertanyaan atau pernyataan tentang hipotesis *Word of Mouth Communication*, *Influencer Trustworthiness*, dan *Halal Labeling Product* terhadap *Purchase Decision* yang digabungkan dengan balasan referensi dengan berbagai muatan nilai. Model skala

⁸ Lestari, Farida, And Chamidah, "Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru,"43.

dalam perencanaan survei ini adalah model *likert* yang setiap pengambilannya melibatkan pilihan-pilihan untuk memperoleh informasi emosional dengan memberikan skor sebagai berikut:

- a. Sangat tidak setuju (1)
- b. Tidak setuju (2)
- c. Netral (3)
- d. Setuju (4)
- e. Sangat setuju (5)

H. Tehnik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas mampu secara efektif melihat setiap faktor dalam tinjauan apakah alat ukur wajar ataukah tidak. Untuk menguji faktor-faktor tersebut penting untuk mempunyai uji normalitas, dimana memakai uji *kolmogorov-smirnov*, grafik normal *probability plot* sebagai dasar pengambilan keputusan. Variabel bisa dianggap normal disampaikan dengan asumsi bahwa nilai kepentingan adalah $>0,05$ atau mungkin dengan melihat histogram dari residual atau dari penyebaran fokus di sudut diagonalnya.

Nilai signifikansi uji normalitas uji satu sampel Kolmogoro-Smirnov terhadap hasil eksperimen Insight menunjukkan nilai sebesar 0,200. Jika keputusan uji kewajaran ini memiliki nilai signifikan di atas 0,05, berarti informasi tersebut memenuhi keputusan uji normalitas..⁹

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memutuskan hubungan antar faktor bebas pada model regresi. Uji dinyatakan lulus jika model regresi tidak terlacak multikolinieritas. Model regresi bisa dikatakan lolos dari uji

⁹ Sri Abidah Suryaningsih Aliyah Shufiyyatin, "Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik" 4, No. 3 (2021): 127-128, <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/14368/7484>.

multikolinieritas jika resiliensi bernilai $\geq 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* ≤ 10 .

Dalam tabel *collinearity statistics* dalam uji statistik yang ditunjukkan oleh nilai ketahanan lebih dari 0,01 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* menunjukkan dibawah dari 10 dan itu menyiratkan bahwa informasi telah berlalu dan dinyatakan bahwa tidak ada multikolinieritas dalam informasi tersebut di dalamnya.¹⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas efektif menentukan perubahan nilai residual antar observasi dalam suatu analisis regresi untuk mengetahui ada tidaknya ketidakseimbangan. Dengan asumsi bahwa model regresi memiliki homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas, maka model regresi dinyatakan lulus uji heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan homoskedastis jika perbedaan antara pengamatan yang tersisa tetap atau sama. Di sisi lain, heteroskedastisitas ada ketika perbedaan kualitas residual antara pengamatan terlihat jelas. Salahsatu cara untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan menggunakan Spearman's rank test dan scatterplot. Heteroskedastisitas menggunakan uji rank Spearman harus diperiksa dengan memeriksa nilai signifikansi atau signifikan. Nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan heterogenitas dalam model regresi. Namun jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi indikasi heteroskedastisitas. Hasil pengukuran uji harus menunjukkan nilai signifikan $> 0,05$ untuk ketiga faktor tersebut. Hal ini memastikan bahwa model regresi tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.¹¹

¹⁰ Aliyah Shufiyyatin, Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik, 128.

¹¹ Aliyah Shufiyyatin, Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik, 128.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Pemeriksaan ini menggambarkan ikatan dimana setidaknya satu variabel bebas (*independen variable*) pengaruh variabel yang lain (*dependen variable*). Hipotesis ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini. Selain untuk menentukan arah pengaruh, analisis regresi berganda juga mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.¹² Pengujian tergantung pada persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Keterangan

Y = *Purchase Decision*

a = konstanta

b1= koefisien Regresi untuk variabel independen *Word of Mouth Communication*

b2= koefisien Regresi untuk variabel independen *Influencer Trustworthiness*

b3= koefisien Regresi untuk variabel independen *Halal Labeling Product*

X₁ = *Word of Mouth Communication*

X₂ = *Influencer Trustworthiness*

X₃ = *Halal Labeling Product*

e = residual atau error

b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) atau *R square* difokuskan untuk memperkirakan seberapa jauh mana tingkat kapabilitas variabel independen (X) dalam mendampaki variabel dependent (Y). Jika R² = 100%, berarti variabel bebas tidak berpengaruh secara sempurna terhadap variabel terikat begitu juga sebaliknya jika R² = 0 berarti variabel bebas tidak berpengaruh secara sempurna terhadap variabel terikat. Semakin tinggi nilai R², semakin tepat variabel bebasnya untuk memperjelaskan variabel terikat dan

12 Napitupulu, Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Pekenbaru, 345-346.

semakin rendah R^2 maka akan semakin buruk kapasitas variabel independen untuk mengklarifikasi variabel dependen.

c. Uji Statistik F

Uji F dalam analisis regresi berganda diharapkan dapat memahami dampak variabel independen secara simultan terhadap table ANOVA (*analysis of variance*). Dapat diketahui dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikan $>0,05$ maka H_0 ditolak
- 2) Nilai signifikan $<0,05$ maka H_0 diterima.¹³

d. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengamati seberapa besar variabel independent secara eksklusif dapat mendampaki variabel dependent. Pengujian yang akan dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

- 1) Nilai t hitung $< 0,05$ maka H_0 diterima
- 1) Nilai t hitung $> 0,05$ maka H_0 ditolak.¹⁴

¹³ Lestari, Farida, And Chamidah, Lestari, Farida, And Chamidah, “Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru, 45.

¹⁴ Lestari, Farida, And Chamidah, “Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru,” 44.