

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian dalam penelitian ini termasuk dalam jenis studi lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan sumber utama untuk menjawab rumusan masalah berada di lapangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk menguji beberapa populasi atau sampel, pengumpulan data dilakukan secara statistik dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.¹

B. Setting Penelitian

Setting penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian ini dilakukan. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen skincare The Originote di Kudus. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan September sampai dengan Bulan Oktober 2023. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dalam bentuk google form yang akan disebar ke subjek penelitian yaitu konsumen skincare The Originote di Kudus, dilanjutkan dengan menganalisa data yang dikumpulkan dan menyusun hasil laporan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan dan membeli produk skincare The Originote di Kudus dan Jepara pada tahun 2023 dengan jumlah populasi yang belum diketahui secara pasti.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan representasi dari ukuran dan ciri-ciri suatu populasi. Ukuran sampel dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan waktu, dana, dan sumber daya

¹ Andi Ibrahim et al., *Metodologi Penelitian*, 1st ed. (Makassar: Gunadarma Ilmu, 2018).

² Garaika and Darmanah, *Metodologi Penelitian* (Lampung Selatan: CV. Hira Tech, 2019).

manusia, yang mencegah peneliti untuk mengkaji seluruh populasi. Oleh karena itu, peneliti menggunakan sampel dari populasi tersebut. Untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili).³

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Non Probability Sampling*, dimana metode pengambilan sampel ini yaitu tidak memberikan kesempatan yang sama bagi semua unsur atau anggota populasi yang dipilih.⁴ Teknik pengambilan yang digunakan yaitu *purposive sampling*, Sugiyono menjelaskan bahwa teknik *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Sampel dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik sebagai berikut:

- 1) Usia 13 tahun sampai 45 tahun
- 2) Merupakan konsumen Skincare The Originote
- 3) Berdomisili di Kabupaten Jepara dan Kudus.

Untuk populasi yang tidak diketahui, pengambilan sampel menggunakan rumus *Lemeshow* sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Dari rumusan tersebut diatas maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

³ Cut Sari Maulidar, "Pengaruh Online Customer Reviews, Online Customer Rating dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dikaji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)" (Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2022).

⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: KENCANA, 2017). 33

Berdasarkan hasil perhitungan diatas jumlah sampel adalah 96 responden.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut yang dimiliki oleh individu atau objek yang bervariasi antara satu entitas dengan yang lainnya. Variabel-variabel yang akan diukur diuraikan menjadi subvariabel, dan subvariabel tersebut dipecah menjadi komponen-komponen yang dapat diukur. Komponen-komponen ini kemudian menjadi dasar untuk merancang item instrumen, yang bisa berupa pertanyaan atau pernyataan, yang nantinya akan dijawab oleh responden.⁵

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menunjukkan respons atau hasil jika dikaitkan dengan variabel bebas atau independen. Variabel ini dapat diamati dan diukur untuk menilai dampak yang dihasilkan oleh variabel bebas atau independen. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah:
Y= Keputusan Pembelian

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang bertindak sebagai faktor stimulus atau yang memengaruhi variabel lain dalam suatu penelitian. Jenis variabel ini dapat diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk memahami korelasinya dengan fenomena yang diamati. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah:

- X1 = *Viral Marketing*
- X2 = *Online Customer Review*
- X3 = *Halal Awareness*

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	<i>Viral Marketing (X1)</i>	Suatu metode penyebaran informasi dengan tujuan mempromosikan produk dari mulut ke mulut menggunakan internet, yang	a. Pengetahuan produk b. Keterlibatan dengan Produk atau kejelasan informasi	<i>Likert</i>

⁵ Ajat Rukajat, "Pendekatan Penelitian Kuantitatif, 1st ed. (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018).

		memudahkan penyebaran informasi dari orang ke orang seperti virus.	c. Membicarakan produk. ⁶	
2.	<i>Online Customer Review (X2)</i>	<i>Online customer review</i> adalah ulasan yang diberikan oleh konsumen terkait dengan informasi atas evaluasi suatu produk tentang berbagai macam aspek.	a. Manfaat yang dirasakan b. Kredibilitas sumber c. Kualitas argumen d. Valensi. ⁷	<i>Likert</i>
3.	<i>Halal Awareness</i>	<i>Halal awareness</i> atau kesadaran halal adalah suatu kesadaran yang timbul dari pemahaman seseorang terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang akhirnya membuat konsumen memprioritaskan barang halal untuk dikonsumsi	a. Konsumen selalu memastikan produk yang dikonsumsi halal. b. Konsumen selalu memastikan produk yang dikonsumsi mengandung bahan-bahan halal. c. Konsumen selalu memastikan produk yang dikonsumsi diproses atau diproduksi melalui proses halal. d. Konsumen hanya akan membeli produk jika memiliki label halal. e. Memiliki pengetahuan yang cukup untuk membuat keputusan	<i>Likert</i>

⁶ Nggilu, Tumbel, and Djemly, "Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado."

⁷ "Online Customer Review - Pengertian, Aspek, Syarat dan Indikator."

			pembelian produk halal. ⁸	
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses yang mengumpulkan dan mengkombinasikan informasi sertapengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya yang dapat dilihat dari tiap individu atau organisasi bagaimana prosesnya sebelum melakukan suatu pembelian.	a. Pengenalan masalah kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian. ⁹	<i>Likert</i>

E. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah suatu instrumen pengukuran tersebut valid (sahih) atau tidak valid.¹⁰ Alat ukur harus mempunyai validitas yang tinggi. Validitas mengacu pada sejauh mana instrumen tersebut dapat mengukur konsep yang dimaksud secara akurat. Tingkat validitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut sesuai dan tepat untuk mengukur konsep yang dituju¹¹ Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan tersebut dapat mengutarakan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner. Kriteria pengujian untuk uji validitas yaitu:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka variabel tersebut dikatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung}$ negatif serta $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid¹²

⁸Basri and Kurniawati, “Effect of Religiosity and Halal Awareness on Purchase Intention Moderated by Halal Certification.”

⁹ Cesariana, Juliansyah, and Fitriyani, “Modek Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace.”

¹⁰ Nilda Miftahul Janna and H. Herianto, “Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS,” preprint (Open Science Framework, January 22, 2021), <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>.

¹¹ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011).

¹² Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Jakarta: Guepedia, 2021).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) adalah pengujian untuk mengevaluasi sejauh mana konsistensi hasil pengukuran tetap terjaga ketika pengukuran dilakukan secara berulang pada gejala yang sama menggunakan instrumen yang sama. Metode yang digunakan adalah metode koefisien reliabilitas yang paling umum digunakan karena koefisien ini menggunakan beberapa item benar, salah, atau bukan, seperti skala Likert.¹³

Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika Respon dari kuesioner tersebut tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kuesioner sebagai instrumen pengukur harus mempunyai reliabilitas yang tinggi. Perhitungan reliabilitas hanya bisa dilakukan jika variabel pada kuesioner tersebut sudah valid. Dengan demikian harus menghitung validitas dahulu sebelum menghitung reliabilitas, jadi apabila pertanyaan pada kuesioner tidak valid maka tidak perlu dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan formula *Cronbach's alpha* sebagai berikut:

- a. Jika $\text{Alpha} > \text{dari taraf signifikan } 0,60\%$ maka realibel.
- b. Jika $\text{Alpha} < \text{dari taraf signifikan } 0,60\%$ maka tidak realibel.¹⁴

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode kuisisioner atau angket. Kuisisioner dalam penelitian ini disebarkan kepada responden melalui *google form* yang berisi pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel *viral marketing* (X1), *online customer review* (X2), *halal awareness* (X3) dan keputusan pembelian (Y). Jenis kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup, yang mana pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan dan responden tidak diberikan kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.¹⁵

Skala ukur yang digunakan dalam teknik pengumpulan data ini adalah skala likert, adapun skala likert merupakan skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon

¹³ Sisti Yuandani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Somethinc Di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru", (Pekanbaru, UIN SUSKA Riau, 2023).

¹⁴ Livia Amanda, Ferra Yanuar, and Dodi Devianto, "Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang," *Jurnal Matematika UNAND* 8, no. 1 (July 5, 2019): 179, <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>.

¹⁵ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*.

pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan skala likert menggunakan lima titik dengan tabel netral pada posisi tengah atau ketiga.¹⁶

Tabel 3. 2 Skor Skala Likert

Simbol	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak, dan apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam *statistic parametic*.¹⁷

Untuk menguji faktor-faktor ini penting untuk memiliki uji normalitas, dimana memakai uji *Kolmogorov-Smirnov*, grafik *normal probability plot* sebagai dasar pengambilan keputusan. Uji normalitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu secara deskriptif (menggunakan *residual regresi histogram standar*) dan secara statistik dengan cara analisis *eksplorasi* dan menggunakan nilai signifikan pada kolom *Kolmogrov-Smirnov*. Kriteria pengujian pada uji normalitas adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai probabilitas sig 2 tailed > 0,05, maka data terdistribusi normal.

¹⁶ Vivi Herlina, “Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS,” n.d., 5–7.

¹⁷ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan Slamet, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020).

b) Apabila nilai probabilitas sig 2 tailed $< 0,05$, maka data tidak terdistribusi normal^{.18}

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi Multikolinearitas didalam regresi dapat dilihat dari nilai *Variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kriteria yang digunakan yaitu:

- a) Jika $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka tidak terjadi Multikolinearitas
- b) Jika $VIF > 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka terjadi Multikolinearitas.¹⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas memiliki tujuan sebagai penguji apakah dalam sebuah model regresi memiliki ketidaksamaan *varians* dari *residual* dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain jika tetap maka disebut homokedastisitas dan bila berbeda disebut *heteroskedastisitas*.

Untuk mendeteksi heterokedastisitas dapat dilihat melalui grafik *scatterplot* yang menunjukkan titik-titik menyebar diantara sumbu 0 pada sumbu Y baik di atas dan bawah secara rinci. Model regresi yang benar adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu :

- a) Jika nilai sig $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai sig $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.²⁰

2. Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan perluasan dari regresi linier sederhana yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen (variabel Y) dan kombinasi dua atau lebih variabel independen (variabel X). Regresi linier

¹⁸ Sri Abidah Suryaningsih Aliyah, "Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik" 4, no. No. 3 (2021): 127–28.

¹⁹ Setia Ningsih and Hendra H. Dukalang, "Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda," *Jambura Journal of Mathematics* 1, no. 1 (January 29, 2019): 43–53, <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>.

²⁰ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sleman: Deepublish, 2019), 122.

berganda dapat digunakan untuk memprediksi sejauh mana variabel bebas secara bersama-sama memberi pengaruh terhadap variabel terikat. Analisa ini sering disebut *simultaneous (standard) regression* yang mana dengan analisa ini dapat dicari sejauh mana masing-masing variabel bebas memberi pengaruh terhadap variabel bebas.²¹ Adapun dalam persamaannya regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = *Viral Marketing*

X₂ = *Online Customer Review*

X₃ = *Halal Awareness*

b₁ = Koefisien Regresi Variabel *Viral Marketing*

b₂ = Koefisien Regresi Variabel *Online Customer Review*

b₃ = Koefisien Regresi Variabel *Halal Awareness*

e = Variabel pengganggu (Error)

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan(Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilaksanakan dengan tujuan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel dan dengan asumsi sebagai berikut:

a) Apabila nilai F_{hitung} > Ft_{abel}, maka H₀ ditolak.

c) Apabila nilai F_{hitung} < Ft_{abel}, maka H₀ diterima.²²

c. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji T dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan signifikan antara masing-masing variabel bebas (X) terhadap sebuah variabel terikat (Y). Yang hendak diuji adalah nilai dari parameter dari masing-masing variabel bebas (X). Pengujian dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (α =5%). Kriteria penolakan dan permintaan hipotesis adalah sebagai berikut:

a) Jika nilai signifikansi < 5% maka hipotesis diterima yang artinya secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

²¹ Ag Setiyadi Bambang, *Metode Penelitian Untuk Pengajaran Bahasa Asing Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, 2nd ed. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018).

²² Moh Sidik Priadana and Saludin Muis, "Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Dilengkapi Alat Bantu Minitab Untuk Pengolahan Dat," n.d., 149.

b) Jika nilai signifikansi $> 5\%$ maka hipotesis ditolak yang artinya secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.²³

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) suatu ukuran penting dalam regresi karena dapat menginformasikan baik tidaknya model regresi yang terestimasi. Koefisien determinasi (R^2) mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat dapat diterangkan oleh semua variabel bebas.²⁴

Uji koefisien determinan pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinan memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu. Koefisien ini memperlihatkan seberapa besar presentase variasi variabel dependen R^2 sama dengan 0 (nol). Terdapat ketentuan dalam pengujian koefisien determinan, jika R^2 sama dengan nol (0) maka perubahan variabel independen tidak mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Dan jika R^2 sama dengan 1, maka variabel independen yang dipakai dalam model mampu menjelaskan 100% perubahan variabel dependennya.²⁵

²³ Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19," n.d.

²⁴ Santi Arafah and Yahya Tanjung, "Analisis faktor Determinan Yang Mempengaruhi Pemakaian Metode JIT (Studi Kasus UD. Pusaka Bakti)," n.d.

²⁵ Masrukin, *Buku Latian SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial* (Kudus: Media Ilmu Pres, 2010), 66.