

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Dalam melakukan riset ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian yang sistematis, terstruktur, tersusun rapi sejak pertama penelitian hingga selesai makanya penelitian ini cenderung menggunakan analisis angka-angka statistik.

Penelitian kuantitatif ini bisa dijabarkan sebagai metode penelitian yang menganut filsafat positifisme, metode tersebut biasanya dipergunakan buat mengetahui populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan teknik pengambilan secara acak dan menggunakan instrumen penelitian sebagai sarana pengumpulan data, tujuan dari analisis kuantitatif ini yaitu untuk menguji hpotesis yang sudah ditetapkan.<sup>1</sup> Sedangkan pendekatan deskriptif yang dipergunakan dalam riset ini bertujuan untuk mendeskripsikan objek dari penelitian dan hasil dari penelitian.

### B. *Setting* Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada masyarakat Kudus dari berbagai kalangan yang merupakan konsumen atau pengguna produk wardah. Peneliti menetapkan subyek penelitian tersebut dalam penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui pengaruh merek, negara asal (*country of origin*) dan label halal produk wardah terhadap sikap konsumen dalam memilih produk kosmetik.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menganut pernyataan Sekaran yang mengatakan bahwa populasi merupakan sekelompok orang, atau sebuah peristiwa yang ingin periset infestigasi. Sementara itu menurut Sugiyono populasi didefinisikan sebagai tempat generalisasi yang mencakup atas kualitas dan karakteristik

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Cet. Ke-16 (Bandung: Alfabeta, 2012), 13.

tertentu yang sudah dialokasikan oleh peneliti buat dipelajari yangmana kemudian diambil kesimpulannya. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau hal yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan sebagai objek penelitian.<sup>2</sup>

Penulis memilih konsumen indomaret pengguna wardah di wilayah kudas dengan rentan usia 17-25 tahun sebagai populasi yang bakal diteliti.

## 2. Sampel

Arikunto mengungkapkan pendapatnya mengenai sampel yang merupakan secuil dari beberapa populasi. Sedangkan Sugiyono mengatakan bahwa sample merupakan separohnya populasi yang mempunyai karakter tertentu.

Proses penentuan sample yang dilakukan penulis adalah menggunakan metode *non-probability sampling*, yang merupakan tahap penentuan sample yang tidak mengijinkan keseluruhan populasi menjadi bagian sampel. Sedangkan metode yang digunakan untuk memilih sampel yang bakal diteliti yaitu menggunakan *sampling aksidental*, yangmana teknik tersebut dilaksanakan secara acak dimana siapapun yang tak sengaja berjumpa dengan penulis dan mempunyai kualifikasi yang mumpuni maka dapat dijadikan anggota sample.<sup>3</sup>

Rumus yang digunakan untuk menghitung sampel minimum yang dibutuhkan yaitu sebagai berikut:<sup>4</sup>

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

---

<sup>2</sup>Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), 190.

<sup>3</sup>Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), 112-120.

<sup>4</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, ed. Dhewiberta Hardjono (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), 103.

Dimana:

- n = jumlah sampel minimal  
 Z = area di bawah kurva normal  
 A = 5% (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96  
 e = ketidaksengajaan yang mungkin terjadi saat pengambilan sampel yang masih bisa diterima yaitu 10%

Sehingga dalam penelitian ini diperoleh perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berlandaskan hasil diatas, dapat disimpulkan jumlah minimum yang dipakai dibulatkan menjadi 100 responden yang pengambilan sampelnya dilakukan secara *sampling aksidental*.

## D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

### 1. Desain Operasional Variabel

Agar penelitian bisa tertuju dan terfokus dengan baik, maka dilakukanlah pembatasan variabel yang diteliti. Penulis membatasi penelitian ini pada:

- Variabel Independen (variabel bebas)  
 Variabel bebas berperan sebagai variable pemberi pengaruh atau pemicu variable terikat yang bisa menyebabkan perubahan. Variable bebas yang digunakan dalam riset ini yaitu merek, negara asal (*country of origin*) dan label halal.
- Variabel Dependen (variabel terikat)  
 Variabel dependen merupakan variabel yang tidak dapat mempengaruhi variabel lain melainkan sebagai variable

yang mendapatkan pengaruh dari adanya variable bebas.<sup>5</sup>

## 2. Definisi Operasional Variabel

Penjelasan mengenai definisi operasional variabel dalam penelitian sangat dibutuhkan agar terhindar dari kesalahpahaman waktu data dikumpulkan. Kesalahpahaman terjadi diakibatkan oleh kekeliruan dalam pengambilan instrument yang tidak sesuai.<sup>6</sup> Diberikannya sifat operasional dikarenakan definisi ini memungkinkan melakukan pelaksanaan dan pengukuran di lapangan.<sup>7</sup>

**Tabel 3.1.**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Sikap Konsumen (Y)	Sikap merupakan suatu penilaian dari seseorang, perasaan seseorang dan kesukaan atau ketidaksukaan seseorang akan suatu obyek tertentu.	a. Pemahaman konsumen tentang merek produk menjadi faktor utama pembelian b. Kesukaan konsumen terhadap produk tertentu c. Keinginan konsumen untuk melakukan pembelian karena kualitas yang ditawarkan	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5
Merek (X <sub>1</sub> )	Merek merupakan suatu produk atau jasa yang dijadikan pembeda	a. Merek yang mudah diingat konsumen karena sudah melekat dibenak konsumen	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

<sup>5</sup>Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 114.

<sup>6</sup>A. A. Gde Muninjaya, *Langkah-Langkah Praktis Penyusunan Proposal dan Publikasi Ilmiah*, (Jakarta: EGC, 2003), 24.

<sup>7</sup>J.D. Parera, *Teori Semantik*, (Jakarta: Erlangga, 2004), 206.

	<p>dengan produk atau jasa lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Selain itu merek juga menjadi penanda suatu mutu produk sehingga konsumen akan dapat dengan mudah memilih produk yang dibutuhkan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>b. Merek yang memberikan kesan positif pada konsumen</li> <li>c. Merek yang disukai konsumen karena mempunyai kualitas bagus</li> <li>d. Merek yang mempunyai desain kemasan yang bagus</li> <li>e. Produk suatu merek yang mempunyai strategi untuk mudah beradaptasi dalam kondisi pasar akan mendapatkan kelayaitasan dari konsumen</li> <li>f. Produk yang mereknya sudah dipatenkan akan memberikan rasa aman pada konsumen karena dapat menghindarkan dari produk palsu</li> </ul>	<p>1 sampai 5</p>
<p>Negara Asal (Country of Origin) (X<sub>2</sub>)</p>	<p>Negara asal adalah kepercayaan seseorang terhadap barang yang dipengaruhi oleh asal negara suatu barang dibuat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Produk yang mempunyai kualitas sangat bagus</li> <li>b. Konsumen menyukai produk yang selalu melakukan inovasi pada produknya</li> </ul>	<p>Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Produk yang diproduksi di negara yang memberikan kesan positif pada konsumen</li> <li>d. Produk yang diproduksi dengan menggunakan teknologi yang canggih</li> </ul>	
Label Halal (X <sub>3</sub> )	<p>Label adalah setiap keterangan mengenai suatu produk yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada produk, dimasukkan ke dalam, ditempel pada kemasan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Gambar label halal menunjukkan bahwa produk tersebut diproses sesuai syariat</li> <li>b. Label halal pada suatu produk memberikan informasi bahwa produk tersebut aman dan bebas dari kandungan bahan haram</li> <li>c. Konsumen akan tahu produk tersebut aman dan dijamin kualitasnya hanya dengan melihat label halal pada suatu produk</li> <li>d. Label halal yang tertempel pada kemasan produk membuat konsumen tertarik untuk membeli dan merasa puas saat menggunakan</li> </ul>	<p>Diukur melalui angket dengan menggunakan <i>skala likert</i> 1 sampai 5</p>

		produk tersebut	
--	--	-----------------	--

*Sumber :Teori dari Kotler dan Amtrong, Kotler dan Keller dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, 2020*

### E. Skala Pengukuran Variabel

Penulis menggunakan skala *likert* sebagai sarana mengolah data dimana responden diberikan pilihan jawaban sebanyak 5 pilihan yang kemudian pada masing-masing pilihan diberikan skor guna untuk mengukur jawaban responden. Berikut skor yang diberikan pada jawaban responden:<sup>8</sup>

**Table 3.2.**  
**Instrumen Sakal Likert**

No	Symbol	Skala Likert	Nilai
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

### F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Menurut Husein Umar mengatakan bahwa validitas digunakan untuk memberitahukan seberapa jauh pengukuran dapat dilakkukan sehingga dapat diketahui antara valid tidaknya suatu kuesioner.<sup>9</sup> Suatu instrument

<sup>8</sup>Suryani dan Hendryadi, 131.

<sup>9</sup>Husein Umar, *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 103-104.

bakal dikatakan lolos uji validitas apabila memiliki kriteria jika nilai  $r$  hitungnya lebih tinggi daripada nilai  $r$  table.<sup>10</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berperan guna menunjukkan kekonsistenan dari jawaban responden pada kuesioner yang diberikan.<sup>11</sup> Uji reliabilitas ini akan dilakukan setelah instrument dinyatakan valid uji validitas dan yang diuji dalam uji reliabilitas ini merupakan pertanyaan yang sudah valid.<sup>12</sup>

Untuk menentukan reliabel atau tidaknya suatu instrument dapat disaksikan dengan melihat apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar maka item dianggap reliabel, sedangkan apabila lebih kecil maka item dianggap tidak reliabel.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan tersebut untuk menganalisis pengujian hipotesis penulis menggunakan metode survey data sebagai berikut:

### 1. Teknik Kuesioner

Kuesioner merupakan runtutan pertanyaan yang disusun, kemudian dikasihkan kepada responden untuk ditanggapi. Kemudian setelah peneliti menerima tanggapan dari responden lalu diukur pakai skala likert.<sup>13</sup>

### 2. Teknik Studi Pustaka

Teknik studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang bersumber dari buku literature atau internet yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang dikaji

## H. Sumber Data

Berikut ini adalah sumber pengumpulan datanya antara lain:

---

<sup>10</sup>Maman Abdurrahman, dkk, *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 49-50.

<sup>11</sup>Husein Umar, 113.

<sup>12</sup>Maman Abdurrahman, dkk, 56-61.

<sup>13</sup>Maman Abdurrahman, dkk, 44-45.



### 1. Sumber Data Primer (*Primary Data Sources*)

Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan mandiri oleh periset dari survey yang dilakukan guna mendapatkan jawaban dari masalah yang dikaji.<sup>14</sup>

### 2. Sumber Data Sekunder (*Secondary Data Sources*)

Sumber data sekunder merupakan data yang sebelumnya sudah dihimpun dan direkam pihak lain. Peneliti bisa mendapatkan data sekunder dari jurnal ilmiah, buku, ataupun dari website dan lainnya.<sup>15</sup>

## I. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis lebih lanjut mengenai seberapa presentase pengaruh kedua, maka dilakukanlah pengujian asumsi klasik sebagaimana berikut:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas berperan sebagai pengukur normal tidaknya suatu distribusi data variable. Pengujian sangat diperlukan guna menghindari kesalahan dalam memilih pengujian statistik. Teknik pengambilan keputusan dalam pengujian ini didasarkan pada: apabila skor signifikansi lebih besar 5% dapat dikatakan bahwa data tersebut normal. Sebaliknya, apabila signifikansi dibawah 5% dapat dikatakan data tersebut tidak normal.<sup>16</sup>

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berperan menunjukkan tidak adanya kesamaan varian dari residual pengamatan yang satu dengan yang lainnya. Apabila terjadi adanya kesamaan varian maka disebut homoskedastisitas. Persamaan regresi yang baik yaitu apabila tidak terdapat kejadian heteroskedastisitas.

Untuk membaca terjadi tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan memperhatikan grafik scatterplot antara variabel terikat dengan residual. Apabila grafik

---

<sup>14</sup>Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: Gasindo, 2005), 168.

<sup>15</sup>Asep Hermawan, 168.

<sup>16</sup>Asep Saipul Hamdi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 113-114.

memperlihatkan pola titik-titik dengan sangat jelas dan tersebar tak beraturan baik dibawah maupun diatas nol maka tidak terdeteksi adanya heteroskedastisitas.<sup>17</sup>

### 3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berperan menunjukkan bahwa tidak terjadi adanya korelasi antara variable bebas. Persamaan regresi yang baik yaitu apabila tidak terdeteksi adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolinieritas dideteksi dengan memperhatikan *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai Toleran.<sup>18</sup> Batasan nilai VIF yaitu 10, jadi apabila VIF kurang dari 10 maka diberikannya toleransi terhadap tingkat kolinieritasnya.<sup>19</sup>

## J. Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif merupakan suatu teknik analisis data yang memerlukan hitungan matematik. Agar memudahkan peneliti dalam menganalisis maka peneliti menggunakan program aplikasi SPSS versi 21. Berikut adalah Teknik analisis yang dipergunakan:

### 1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dipergunakan untuk memperkirakan nilai yang mempengaruhi serta ada tidaknya hubungan antara variable bebas terhadap variable terikat.

Berikut rumus perhitungan analisis regresi berganda:

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

Dimana:

Y = Sikap Konsumen

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Merek

X<sub>2</sub> = Negara Asal (*Country of Origin*)

<sup>17</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 139.

<sup>18</sup>Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 102-103.

<sup>19</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 105-106.

- $X_3$  = Label Halal  
 $b_1$  = Koefisien Regresi Merek  
 $b_2$  = Koefisien Regresi Konstanta  
 $b_3$  = Koefisien Regresi Label Halal  
 $e$  = Error

## 2. Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t)

Tujuan dari uji signifikansi individual yaitu untuk menunjukkan pengaruh parsial suatu variabel independent (merek, negara asal (*country of origin*), dan label halal) terhadap variabel dependent (sikap konsumen). Pengujiannya dilakukan dengan menggunakan uji t, berikut adalah rumusnya:

$$t = \frac{b_1}{sb_1}$$

Dimana:

- $b_1$  = Nilai koefisien variabel bebas  
 $sb_1$  = Nilai standart error dari variabel bebas

Cara penyimpulannya adalah dengan membandingkan signifikansi 0.05, berikut kriterianya:

- Tingkat signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak
- Tingkat signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  diterima.<sup>20</sup>

## 3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi mengukur presentase besaran model dalam menjelaskan variable terikat. Skor koefisien determinasi berada ditengah antara 0 - 1. Jika skor  $R^2$  lebih kecil maka semakin terbatas pula kontribusi variabel bebas kepada variabel terikat. Sedangkan jika skornya lebih besar mendekati satu makan semakin besar pula kontribusi variabel bebas kepada variabel terikat.<sup>21</sup>

<sup>20</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003), 218-219.

<sup>21</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Undip, 2011), 97.