

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *field research* atau yang biasa disebut penelitian lapangan. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Filsafat positivisme percaya bahwa realitas atau enomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, spesifik, dapat diamati, dan diukur, dan hubungan antar gejala bersifat kausal.¹ Digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data analisis yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.² Riset di lapangan bertujuan untuk mengetahui di mana objek penelitian berlangsung untuk mendapatkan informasi langsung dan terkini tentang masalah yang terlibat dan untuk memeriksa ulang materi yang ada.³ Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menitik beratkan pada penyajian data yang berbentuk angka atau kualitatif yang diangkakan (skoring) yang menggunakan statistik.⁴

¹ Nawal Ika Susanti, “Pengaruh Keterampilan Interpersonal, Etos Kerja Islam, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. BRI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Genteng Kabupaten Banyuwangi),” *Malia Jurnal Ekonomi Islam*, No 2, (2017) 107

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 13

³ Suratno Arsyad Lincoln, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP AMPYKPN, 1995), 55

⁴ Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya: Lembaga Kajian Agama dan Filsafah (Elkaf), 2006), 45

B. Setting Penelitian

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek atau topik dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti.⁵ Populasi merupakan keseluruhan dari subjek penelitian.⁶ Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Safi di Jawa Tengah. Jumlah populasi konsumen Safi dalam penelitian ini tersebar, dan jumlah pastinya tidak diketahui, sehingga diambil sampel dalam penelitian ini..

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi.⁷ Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak dapat memberikan peluang yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel.⁸ Dalam memperoleh data kuesioner, peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja pada orang-orang tertentu menurut persyaratan dan karakteristik sampel yang ditentukan.⁹ Menggunakan *purposive sampling*, maka perlu adanya persyaratan dan kriteria dalam pengambilan sampel. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Konsumen yang beragama islam
2. Konsumen Safi Cosmetics
3. Masyarakat Jawa Tengah

116 ⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2014),

⁶ MODUL 6 Populasi dan Sampel Oleh: Rudi Susilana

116 ⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2014),

⁸ Adiana Kamilia dan Sylvie Nurfebriaraning, “Pengaruh Efektivitas Iklan Transit Shopee Terhadap Sikap Khalayak di Jakarta,” *e-Proceeding of Management*, No 1, (2018): 1372

⁹ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 82-83.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhitung.¹⁰ Berikut ini rumus Lemeshow yaitu :

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

n = jumlah sampel yang dicari

z = nilai tabel normal dengan alpha tertentu

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha atau sampling error

pada penelitian ini nilai alpha yang digunakan yaitu 5% atau 0,05 sehingga nilai z dapat diketahui berdasarkan tabel normal yaitu 1,96

$$n = \frac{1,96 \left(1 - \frac{0,05}{2}\right) \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2} = 384$$

Berdasarkan perhitungan yang sudah dilakukan, maka sampel penelitian dengan perkiraan tingkat kesalahan sebesar 5% adalah 384 responden.

C. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Sedangkan operasional didefinisikan sebagai seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan bagaimana mengukur suatu variabel.¹¹ Terdapat tiga variabel yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹² Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini yaitu sertifikasi halal, citra merek, dan norma subjektif. Sedangkan, variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat,

¹⁰ Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Gajah Mada Unersity Press: Yogyakarta 1997)

¹¹ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), 118

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2014),

karena adanya variabel bebas.¹³ Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini yaitu minat beli. Variabel intervening adalah variabel yang menghubungkan sebuah variabel independen utama pada variabel dependen yang dianalisis menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel intervening dalam penelitian ini yaitu sikap. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 3.1

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Referensi
1.	Sertifikasi Halal (X1)	Syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.	1) Ketersediaan sertifikasi halal	Emiliya Ahmadova dan Khatai Aliyev, <i>Journal of Islamic Marketing</i> , 2019
			2) Pentingnya sertifikasi halal	
			3) Sertifikasi halal menjadi tujuan utama	
			4) Unsur menjadi halal	
2.	Citra Merek (X2)	Suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu	1) Ciri Khas	Jumiati Sssmita dan Norazah Mohd Suki, <i>International Journal of Retail and Distribution Management</i> , 2015
			2) Nama baik	
			3) Dikenal luas	
3.	Norma Subjektif (X3)	Kecenderungan terhadap kepercayaan dari lingkungan terkait perilaku	1) Tekanan keluarga	Vita Briliana dan Nurwanti Mursito, <i>Asia Pacific Management Review</i> , 2017
			2) Tekanan teman dekat	
			3) Tekanan rekan bisnis	

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 59

		tertentu dari individu		
4.	Minat Beli (Y)	Sebuah pikiran yang muncul karena adanya perasaan tertarik sehingga ingin memiliki terhadap suatu barang atau jasa yang diharapkan	1) <i>Willing to pay more</i>	Vita Briliana dan Nurwanti Mursito, <i>Asia Pacific Management Review</i> , 2017
			2) <i>Willing to wait</i>	
			3) <i>Willing to shop around</i>	
			4) <i>Willing to travel distance</i>	
			5) <i>Intend to purchase</i>	
5.	Sikap (Z)	Evaluasi positif/negatif individu kinerja perilaku tertentu	1) Memilih	Vita Briliana dan Nurwanti Mursito, <i>Asia Pacific Management Review</i> , 2017
			2) Mencari	
			3) Menjadikan penting	
			4) Keyakinan perilaku	
			5) Evaluasi konsekuensi	

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Responden penelitian ini adalah masyarakat Kudus yang melakukan aktivitas pembelian dan menggunakan Safi Cosmetics. Sasarannya lebih ke responden remaja hingga dewasa berusia 50 tahun, penulis memilih rentang usia tersebut karena usia tersebut merupakan usia konsumtif dan yang lebih sering menggunakan kosmetik sehingga penelitian ini dapat valid karena berdasarkan konsumen yang membeli dan menggunakan Safi Cosmetics.

1. Uji Validitas Konstruk

Validitas menjadi kriteria utama dalam sebuah penelitian. Validitas menunjukkan apakah hasil penelitian dapat diterima oleh khalayak dengan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan. Uji validitas konstruk secara umum dapat diukur dengan parameter skor loading di model penelitian (rule of thumbs $> 0,7$) dan menggunakan parameter AVE, communality, R^2 dan Redudancy. Skor AVE harus $>0,5$, communality $> 0,5$ dan redundancy mendekati 1. Jika skor loading $<0,5$ indikator ini dapat dihapus dari konstraknya karena indicator ini tidak termuat (load) ke konstruk yang mewakilinya. Jika skor loading antara 0,5-0,7 sebaiknya peneliti tidak menghapus indikator yang memiliki skor loading tersebut sepanjang skor AVE dan communality indicator tersebut $>0,5$.

a. Uji Validitas Konvergen

Parameter uji validitas konvergen dilihat dari skor AVE dan communality, masing-masing harus bernilai diatas 0,5, artinya probabilitas indicator suatu konstruk masuk ke variabel lain lebih rendah (kurang 0,5) sehingga probabilitas indikator tersebut konvergen dan masuk di konstruk yang dimaksud lebih besar yaitu di atas 50%.

b. Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan parameter yang diukur adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas *component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan composite reliability. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50.

Metode lain yang digunakan untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan melihat skor *cross loading*. Pada table skor *cross loading* terlihat bahwa masing-masing indikator di suatu konstruk akan berbeda dengan indikator di suatu konstruk akan berbeda dengan indikator di konstruk lain dan mengumpul pada konstruk yang dimaksud. Adapun *rule of thumb* uji validitas

konvergen dan validitas diskriminan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.2

Validitas	Parameter	Rule of Thumb
Validitas Konvergen	<i>Loading Factor</i>	1) >0,70 untuk <i>confirmatory research</i> 2) >0,60 untuk <i>exploratory research</i>
	<i>Communality</i>	>0,50 untuk <i>confirmatory research</i> dan untuk <i>exploratory research</i>
	AVE (Average Variance Extracted)	>0,50 untuk <i>confirmatory research</i> dan untuk <i>exploratory research</i>
Validitas Diskriminan	<i>Cross loading</i>	>0,70 untuk setiap variabel
	Akar kuadrat AVE dan korelasi antar konstruk laten	Akar kuadrat AVE > korelasi antar konstruk laten

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketetapan instrument dalam mengukur konstruk. Uji reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha*.¹⁴ Penggunaan *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *composite reliability* dalam menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai

¹⁴ Milatun Nadiah, et.al, Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian Teh Tong Tji Siap Minum di Pasar Swalayan Kota Surakarta, *Agrista*, Vol 5, No 3, (2017), <https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/download/31152/20800>

Cronbach's Alpha dan nilai *Composite Reliability*. Untuk dapat dikatakan suatu konstruk reliabel, maka nilai *Cronbach's Alpha* harus $>0,6$ dan nilai *composite reliability* harus $>0,7$.¹⁵ Adapun *rule of thumb* uji reliabilitas dengan indikator reflektif yaitu sebagai berikut¹⁶:

Tabel 3.3

Parameter	Rule of Thumb
<i>Composite Reliability</i>	1) $>0,70$ untuk <i>confirmatory research</i> 2) $>0,06-0,07$ masih dapat diterima untuk <i>exploratory research</i>
<i>Cronbach's Alpha</i>	1) $>0,70$ untuk <i>confirmatory research</i> 2) $>0,06$ masih dapat diterima untuk <i>exploratory research</i>

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Kuesioner merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan membagikan daftar pertanyaan agar memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Selain itu kuesioner juga sebagai alat untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan wawasan, sikap maupun perilaku individu. Kuesioner menjadi teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu juga, kuesioner pula cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan ataupun pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, ataupun internet.¹⁷ Penulis menyebarkan kuesioner secara

¹⁵ Gisella Roliani, et.al, “Implementasi Metode Webqual 4.0 untuk Mengukur Kualitas Website UPT Perpustakaan UNILA,” *Jurnal Komputasi*, (2018) : 4

¹⁶ Imam Ghozali dan Hengky Latan, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*, (UNDIP:Semarang), 2015, hlm 75

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 199

online dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* yang dikirimkan kepada responden.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta anggapan seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai tolok ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.¹⁸ Jawaban tiap item instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki gradasi dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, dengan lima alternatif jawaban sebagai berikut¹⁹:

Tabel 3.4

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Studi Pustaka

Analisis dari dokumen akan lebih mengarah pada bukti yang akurat dan nyata dengan menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang sudah ada, dan literatur terkait yang dianggap dapat memberikan informasi pendukung bagi penelitian ini.²⁰

F. Model Struktural (Inner Model)

. Model struktural dalam PLS ini bisa dilihat dari nilai *R-square* untuk konstruk atau variabel laten endogen (dependen). Perubahan nilai *R-Squares* digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen, apakah mempunyai pengaruh substantive. Nilai *R-Square* 0,67; 0,33; dan 0,19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural menunjukkan model kuat, moderat, dan lemah.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 132-133

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 133

²⁰ Wiartna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), 157

Hasil dari PLS R-Squares mempresentasikan jumlah varian dari konstruk yang dijelaskan oleh model.²¹ Kemudian, evaluasi model dilakukan dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui prosedur *bootstrapping*. Pendekatan bootstrap merepresentasi *nonparametric* untuk precision dari estimasi PLS. Prosedur bootstrap memakai seluruh sampel asli untuk melakukan *resampling*. Hair et al. dan Henseler et al. dalam Ghazali memberikan rekomendasi untuk jumlah sampel dari bootstrap yaitu sebesar 5.000 dengan catatan jumlah tersebut harus lebih besar dari original sampel, tetapi dari beberapa literatur menganjurkan jumlah sampel bootstrap sebesar 200 s/d 1.000 sudah cukup untuk mengoreksi standar error estimate PLS.²² Adapun *rule of thumb model structural* sebagai berikut²³ :

Tabel 3.5

Kriteria	<i>Rule of Thumb</i>
R-Square	0,63 ; 0,33 dan 0,19 menunjukkan model kuat, moderat, lemah
Signifikansi (Two tailed)	t-value 1,65 (signifikansi level 10%) t-value 1,96 (signifikansi level 5%) t-value 2,58 (signifikansi level 1%)

²¹ Gangga Anuraga, et.al, “*Structural Equation Modeling – Partial Least Square* untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (IPKM) di Jawa Timur,” *Seminar Nasional Matematika dan Aplikasinya*, (2017) : 5

²² Hendri Herliawan, et.al, “Pengaruh Kompensasi, Pendidikan dan Program Kesejahteraan terhadap Produktivitas Kerja Wartawan di Provinsi Bali,” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6.7, (2017) : 7

²³ Imam Ghazali dan Hengky Latan, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*, (UNDIP:Semarang), 2015, 79