

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis – jenis penelitian yang ditinjau berdasarkan tingkat eksplansi, di golongan menjadi penelitian deskriptif, komperatif, dan asosiatif. Penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif deskriptif yang terjun langsung ke lapangan. Penelitian deskriptif diarahkan untuk mengetahui nilai variabel independen (baik satu variabel maupun lebih) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel satu dengan variabel yang lain.¹ Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang kongkrit tentang label halal, dan *brand image*, terhadap minat beli *skincare* MS Glow di Kabupaten Blora.

Sedangkan metode penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat asosiatif kuantitatif atau menguji pengaruh antar variabelnya.³ Dalam hal ini adalah label halal dan *brand image* sejauh mana pengaruhnya terhadapminat beli *skincare* MS Glow di Kabupaten Blora.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan di teliti.⁴ Menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk di

¹ Agung Widhi Kurniawan and Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*(Yogyakarta: PANDIVA BUKU, 2016).

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: ALFABETA, 2013).

³ Zainudin Tahuman, “Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing,” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 4, no. 3 (2016): 445–60.

⁴ Syahrums and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014).

pelajari kemudian disimpulkan.⁵ Populasi dari penelitian ini adalah minat beli *skincare* MS Glow di Kabupaten Blora.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian Sampel yaitu bagian dari populasi yang mempunyai karakter dengan keadaan tertentu yang akan di teliti.⁶

Pengguna *skincare* MS Glow di Kabupaten Blora yang akan menjadi sasaran sampel penelitian dengan menggunakan taraf kesalahan 5%. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu di kembangkan, maka pengambilan sampel menggunakan rumus Cochran's. Perhitungan pengambilan sampel menggunakan rumus Cochran's sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

Z = Harga dalam kurva normal (1,96)

p = peluang benar

q = peluang salah

e = margin eror, margin eror menggunakan 5%

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan di pilih. Penulis menggunakan tingkat kesalahan 5%, karena setiap peneliti tidak mungkin hasilnya sempurna 100%, maka besar tingkat kesalahan maka sedikit ukuran sampel. Jumlah populasi yang di gunakan yaitu tidak diketahui, dengan perhitungan diatas maka :

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,05^2)}$$

$$n = \frac{3,84 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0025}$$

$$n = 384$$

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015).

⁶ Syahrums and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

Jadi dari populasi yang diambil sebagai sampel yaitu sebanyak 384 responden.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Angket adalah teknik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi atau data dari sumber data atau responden. Dengan kata lain, kuesioner adalah pertanyaan yang berdasarkan pertanyaannya terdiri dari dua bentuk, yaitu kuesioner dengan pertanyaan terbuka, atau kuesioner dengan pertanyaan tertutup. Pertanyaan terbuka memungkinkan penjelasan yang panjang dan mendalam, sementara dalam pertanyaan tertutup, jawaban unit analisis sudah dibatasi sehingga memudahkan dalam perhitungan – perhitungan. Kuesioner digunakan manakala responden memiliki kemandirian dalam mengerjakan atau mengisi kuesioner.⁷

Pernyataan identitas dan pertanyaan variabel pada kuesioner dimasukkan ke dalam skala *likert* skor 1-5 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Sangat setuju : skor 5
- b. Setuju : skor 4
- c. Netral : skor 3
- d. Tidak setuju : skor 2
- e. Sangat tidak setuju : skor 1.⁸

2. Observasi

Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek data. Observasi dapat berupa observasi yang sederhana dan observasi terstruktur. Observasi sederhana merupakan observasi yang tidak mempunyai pertanyaan- pertanyaan penelitian. Sedangkan observasi terstruktur merupakan observasi yang mempunyai prosedur standar yang terstruktur.⁹

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal – hal atau variabel- variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya. Metode dokumentasi ini

⁷ Syahrudin and Salim.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*.

⁹ Jogiyanto Hartono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE - YOGYAKARTA, 2017).

digunakan untuk memperoleh data berupa catatan – catatan dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan masalah penelitian.¹⁰

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah bentuk konkrit dari kerangka konsep yang telah disusun. Kerangka konsep adalah bentuk abstraksi yang masih memerlukan “penerjemahan” ke dalam bentuk praktis.¹¹

a. Variabel Independen

Variabel bebas atau Variabel Independen adalah suatu variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (termuat dalam permasalahan penelitian) yang keragamannya seagai akibat dari manipulasi atau intervensi peneliti atau merupakan suatu keadaan atau kondisi atau fenomena yang ingin diselidiki, diteliti, dan dikaji.¹² Variabel bebas juga dapat diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya.¹³ Variabel bebas ini mempengaruhi variabel tergantung.¹⁴

b. Variabel Dependen

Variabel Dependen atau disebut juga dengan variabel tergantung adalah suatu variabel penelitian yang menjadi pusat perhatian peneliti yang tercakup dalam masalah dan hipotesis penelitian, yang keragamannya atau variabelitasnya ditentukan atau tergantung atau dipengaruhi oleh variabel bebas.¹⁵ Variabel dependen juga disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen.¹⁶

Dalam penelitian, secara umum variabel tergantung atau variabel dependen dipengaruhi atau ditentukan oleh variabel bebas dan variabel inilah yang menjadi topic kajian.

¹⁰ Samsu, *Metodologi Penelitian* (Jambi: Pusat Studi dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017).

¹¹ Syahrudin and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

¹² Amir Amir, Junaidi, and Yulmardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya* (Jambi: IPB Press, 2009).

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*.

¹⁴ Amir, Junaidi, and Yulmardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*.

¹⁵ Amir, Junaidi, and Yulmardi.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*.

Dalam suatu penelitian variabel dependen bisa saja lebih dari satu,¹⁷

2. Definisi Operasional

Tabel 3.1
INDIKATOR

| Varia bel | Definisi Operasional | Dimensi | Indikator | Refere nsi |
|----------------------|---|---|---|--|
| Label Halal (X1) | Pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan motor kode dari Menteri yang di keluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari MIUI, sertifikat halal dari MIUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal di konsumsi | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Consumer attention to the existence of halal labels</i> 2. <i>Halal label placement on the packaging</i> 3. <i>Certainty that the product is safe to use</i> 4. <i>Guaranteed safety for consumers.</i> 18 | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Understanding of the existence of a logo</i> 2. <i>Understanding of halal labels</i> 1. <i>The existence of halal labels</i> 1. <i>Halal label identifying halal products</i> 2. <i>Halal label as a consideration in purchasing</i> 1. <i>Consumer confident.</i> | Jurnal Hrie Lutfie, dkk, Which Is More Important? Halal Label or Product Quality |

¹⁷ Amir, Junaidi, and Yulmardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya.*

¹⁸ Lutfie et al., "Which Is More Important? Halal Label or Product Quality."

| | | | | |
|-------------------------|--|---|---|--|
| | serta di gunakan oleh masyarakat sesuai dengan syariah | | | |
| <i>Brand Image</i> (X2) | Kesan yang diperoleh menurut tingkat pengetahuan dan pemahaman fakta tentang orang, produk dan situasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Strength</i> 2. <i>Favorability</i> 3. <i>uniqueness</i>¹⁹ | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The logo is identical to the product</i> 2. <i>Product halalness</i> 3. <i>Product quality</i> 4. <i>An affordable price</i> | Jurnal Hrie Lutfie, dkk, Which Is More Important? Halal Label or Product Quality |
| Minat Beli (Y) | Tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan membeli | | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Transactional Intention</i> 2. <i>Preferential Intention</i> 3. <i>Referential Intention</i> | The Impact of Marketing Mix, Consumer's Charac |

¹⁹ Lutfie et al.

| | | | | |
|--|------------------------------|--|---|---|
| | benar – benar dilaksanakan . | | 4. <i>Explorative Intention</i> ²⁰ | teristic s,and Psychological Factor to Consumer’s Purchase Intention on Brand ‘W’ in Surabaya |
|--|------------------------------|--|---|---|

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pemilihan skala pengukuran sangat tergantung pada ciri – ciri yang mendasari konsep atau definisi dan antisipasi peneliti terhadap penggunaan variabel yang di gunakan dalam analisis data. Untuk memilih skala pengukuran yang tepat, peneliti harus memilih peralatan yang dapat mengukur secara tepat dan konsisten apa yang harus diukur untuk mencapai tujuan penelitian. Untuk mendapatkan data yang valid maka peneliti harus menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Validitas menyangkut kebenaran pengukuran yang di lakukan. Suatu skala pengukuran dikatakan benar atau valid bila pengukuran atau apa yang diukur tersebut dilakukan sesuai dengan yang seharusnya atau sesuai dengan ketentuan.

Sedangkan Reliabilitas merupakan ketetapan skala pengukuran yang digunakan untuk menentukan benar dan tepatnya hasil analisis. Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skala pengukuran. Jadi Validitas yang berperan untuk

²⁰ Nugroho and Irena, “The Impact of Marketing Mix, Consumer’s Characteristics, and Psychological Factor to Consumer’s Purchase Intention on Brand ‘W’ in Surabaya.”

memperlihatkan kebenaran pengukuran dan Reliabilitas menunjukkan ketepatan dalam pengukuran.²¹

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas di gunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu sampel, maka perlu diadakan uji normalitas. Untuk menghitung normal atau tidaknya responden maka dihitung dengan uji *One Sample Kolmogrov-Smienov* dengan menggunakan Tingkat Signifika sebesar 5% (0,05). Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika tingkat signifikan lebih dari 0,05.²²

2. Uji Heterokedastisias

Uji Heterokedastisias bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (variabel *independen*). Untuk menguji masalah heterokedasitas di lakukan dengan menggunakan uji *Glejser* atas nilai absolut dari residual terhadap variabel independen. Untuk mendapat nilai absolut residual dengan menggunakan tingkat signifikan 5%.

3. Uji Multikolonearitas

Uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel X (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi siantara variabel bebas.²³

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda adalah model regresi dengan variabel bebas lebih dari satu. ²⁴ Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi linear berganda untuk menguji data. Pengujian hipotesis pertama yang di lakukan yaitu uji regresi linear berganda, dimana variabel dependen adalah Minat beli *Skincare* MG Glow (Y_1) dan variabel

²¹ Amir, Junaidi, and Yulmardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013).

²⁴ Amir, Junaidi, and Yulmardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*.

independennya yaitu Label Halal (X_1), dan *Brand Image* (X_2) dengan rumus :

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

Keterangan :

- Y = Minat beli *skincare* MS Glow
 a = Konstanta
 X_1 = Label Halal
 X_2 = *Brand Image*
 e = Error
 b = Koefisien Regresi Parsial.²⁵

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian Imam Ghazali bahwa koefisien determinasi di gunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan varian variabel dependen. Nilai koefisien determinasi merupakan antara nol sampai satu, semakin kecil nilai R^2 berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.²⁶ Nilai yang mengarah satu berarti variabel independen mewarisi hamper seluruh informasi yang di perlukan untuk menakisir variasi variabel Y.

Koefisien determinasi mempunyai kelemahan yaitu jumlah variabel X yang disertakan kedalam model. selain itu tambahan satu variabel X, maka R^2 pasti memuncak tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan atau tidak berpengaruh signifikan. Oleh sebab itu banyak peneliti mengarahkan untuk menggunakan nilai Adjust R^2 pada saat menguji mana model regresi yang terbaik.²⁷

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan digunakan untuk mengetahui apakah ketiga variabel independen secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap nilai variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis

H_0 = Secara simultan tidak berpengaruh

H_a = Secara simultan berpengaruh

²⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 21.

²⁶ Ghozali.

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).

- b. Tingkat signifikansi
Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)
 - c. Kriteria pengujian
 H_0 diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$
 H_0 ditolak jika $f_{hitung} > f_{tabel}$.²⁸
4. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsialmenerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$).²⁹ Penolakan dan penerimaan hipotesis di lakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi kurang dari sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima yang berarti secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi lebih dari sama dengan 0,05 maka hipotesis di tolak yang berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.³⁰

²⁸ Duwi Wiyanto, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Jakarta: Buku Seru, 2010).

²⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 21.

³⁰ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 19.