

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Adapun penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan di dalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realita apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan instrumen (alat pengumpulan data) yang menghasilkan data numerik (angka).² Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan dengan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³

B. Setting Penelitian

Setting penelitian merupakan lokasi dimana kegiatan penelitian akan dilakukan. Untuk penelitian ini berlokasi di Kabupaten Demak. Adapun yang akan dijadikan responden yaitu muslim milenial yang ada di Kabupaten Demak.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan

¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), 14.

² Salim Dan Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Dan Jenis*, (Jakarta:Kencana, 2019) 21.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung:Alfabeta,2012),13.

kemudian ditarik kesimpulan.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen muslim milenial pengguna produk scarlett whitening yang ada di Kabupaten Demak, jadi populasi ini adalah populasi yang tidak terbatas karena tidak terhitung jumlah sebenarnya dari masyarakat milenial yang ada di Kabupaten Demak yang menggunakan produk scarlett whitening dan tidak semua masyarakat milenial yang ada di Kabupaten Demak menggunakan produk scarlett whitening sehingga jumlah populasinya tidak secara jelas diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Jika populasi besar maka tidak mungkin peneliti mengambil semua untuk penelitian melainkan hanya mengambil sampel yang ada dari populasi tersebut.⁵ Untuk penentuan sebuah ukuran sample yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel *Isaac* dan *Michael*.

Tabel 3.1
Penentuan Jumlah Sampel *Isaac* dan *Michael*

N	S		
	1%	5%	10%
100	87	78	73
1000	399	258	213
10000	622	336	263
100000	659	347	270
900000	663	348	271
950000	663	348	271
1000000	663	348	271
∞	664	349	272

Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,

Adapun populasi dalam penelitian ini tak terhingga atau terlalu besar, melihat hasil tabel dari jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan sebesar 5% dan mendapatkan jumlah sampel sebanyak 349 responden dari populasi pengguna produk scarlett whitening yang ada di Kabupaten Demak.

⁴ V. Wiratma Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015) 80.

⁵ V. Wiratma Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, (81).

pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Dengan metode *accidental sampling* adalah suatu pendekatan pengambilan sampel yang terutama didasarkan sepenuhnya pada kebetulan, yaitu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dianggap tepat sebagai sumber data.⁶

D. Identifikasi Variabel

Sugiyono sebagaimana dikutip Wiratna variabel penelitian merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷ Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen (Bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Di penelitian ini terdapat empat variabel independen yaitu: labelisasi halal (X_1), harga (X_2), *brand image* (X_3), kualitas produk (X_4).
2. Variabel Dependen (Terikat): variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Di penelitian ini terdapat satu variabel dependen yaitu: minat pembelian (Y).

E. Desain Dan Definisi Operasional Variabel

1. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah mendefinisikan yang didasarkan atas sifat-sifat objek yang didefinisikan dan dapat diamati dengan cara menekankan kegiatan yang dilakukan, menekankan bagaimana kegiatan dilakukan, dan menekankan sifat-sifat statis hal yang didefinisikan.⁸

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat variabel penelitian.⁹ Pada penelitian ini pengukuran variabel menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert* variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel. Lalu

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 83.

⁷ V. Wiratma Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 70.

⁸ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), 115

⁹ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, 120.

dari indikator tersebut akan dijadikan tolak ukur untuk menyusun item pertanyaan.¹⁰ Pengukuran Skala *likert* mempunyai beberapa tingkatan mulai dari sangat positif sampai sangat negatif untuk menjawab item pertanyaan. Nilai yang digunakan yaitu mulai dari 1 sampai 5.¹¹

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

Berikut merupakan tabel definisi operasional variabel yang berkaitan dengan labelisasi halal, kualitas produk, harga, dan *brand image* minat pembelian:

Tabel 3.2
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Referensi
1.	<i>Purchase intention</i> (Y)	<i>Purchase intention is defined as part of consumer behavior in term of consumption. consumer purchase intention is the stage where consumers form their choices among several different brands joined in the chosen set.</i>	-	- <i>Transactional Interest</i> <i>-Preferensi Interest</i> <i>- Referential Interest</i> <i>- Explorative Interest</i>	Sudaryanto, Jerry Couvisanos, Ivana Rosediana Dewi, Rusdiyanto, and Jiva Rendis Yuaris, "Determinants of Purchase Intention during COVID-19: A Case Study of Skincare Products in East Java," <i>Innovative Marketing</i>

¹⁰ V. Wiratma Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 104.

¹¹ Sulyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 83.

					18, no. 1 (2022): 185.
2.	<i>Halal Labelization (X₁)</i>	<i>The label hala is a permissible statement on food packages to show the status of a product.</i>	-	-attention to the existence of halal label -ease to receive the information. - halal label in assist identify product -confidence in the product - halal label influence the purchase	Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution and Yossie Rossanty, "Country of Origin as a Moderator of Halal Label and Purchase Behavior," <i>Journal of Business and Retail Management Research</i> 12, no. 2 (2018): 197.
3.	<i>Product Quality (X₂)</i>	<i>The quality of products is the basis of strategy in a business that provides goods or services to satisfy consumers, eventually creatign purchase intention in consumers.</i>	- performance -features - reliability - conformace - durability	-	Sudaryanto Sudaryanto, Jerry Couvisanos, Ivana Rosediana Dewi, Rusdiyanto, and Jiva Rendis Yuaris, "Determinants of Purchase Intention during COVID-19: A Case

					Study of Skincare Products in East Java,” <i>Innovative Marketing</i> 18, no. 1 (2022): 186.
4.	<i>Price (X₃)</i>	<i>Kotler and Armstrong define price as the sum of money used or the sum of value that consumers are willing to sacrifice in exchange for a product or service.</i>	-	- <i>Price Competitiveness</i> - <i>Affordability</i> - <i>Price To Quality</i> - <i>Price To Benefit</i>	Aristia Rosiani Nugroho and Angela Irena, “The Impact of Marketing Mix, Consumer’s Characteristics, and Psychological Factors to Consumer’s Purchase Intention on Brand ‘W’ in Surabaya,” <i>IBuss Management</i> 5, no. 1 (2017): 61.
5.	<i>Brand image (X₄)</i>	<i>Brand image is the subjective perception of consumers, which they understand according to awareness or emotion.</i>	-	- <i>excellent in quality</i> - <i>wide distribution</i> - <i>popular brand</i> - <i>multiple selection choices</i> - <i>reflect</i>	Thi Thoa Pham And Shih Kuan Chiu, “The Impact Of CSR Product Innovation On Brand Image And

				<i>personal style -good reputation</i>	Purchase Intention”, <i>International Journal Of Innovation Scientific Research And Riview</i> 3 No. 02 (2021): 863.
--	--	--	--	--	--

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner atau angket

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah daftar pertanyaan kepada orang lain supaya bersedia memberikan responden sesuai dengan permintaan penggunaan. Penyebaran kuesioner atau angket bertujuan untuk mencari informasi secara lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban.¹² Pada penelitian ini, peneliti akan memberikan angket atau kuesioner kepada masyarakat milenial muslim Kabupaten Demak dalam bentuk *google form* untuk mengukur seberapa besar pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap minat pembelian produk kosmetik halal scarlett whitening.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan lain sebagainya.¹³ Dalam penelitian ini metode dokumentasi yang digunakan untuk mendapatkan data baik dalam bentuk gambar, sejarah berdirinya, perkembangan, visi dan misi serta data lain yang digunakan untuk mendukung penelitian agar jadi pijakan dalam keabsahan penelitian.

¹² Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 214-215.

¹³ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), 77-78.

Pengumpulan data berdasarkan sumber data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer dan sekunder.

1. Data primer

Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan data primer antara lain dengan observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner dan responden yang menjawab masyarakat milenial Kabupaten Demak yang menggunakan scarlett whitening.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti BPS (Biro Pusat Statistik, buku, laporan, jurnal).¹⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan mendapatkan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, internet, skripsi, dan data lain yang berhubungan dan mendukung penelitian.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁵ Untuk mengukur validitas, dapat mengetahuinya dengan mengkorelasikan nilai variabel. Dalam melihat nilai dari validitas instrumen pada masing-masing variabel dapat diketahui dengan cara membandingkan R_{hitung} dan R_{tabel} . Untuk derajat kebebasan ($df = n - 2$), yang mana n adalah jumlah sampel dan taraf signifikan 5%. Maka variabel valid jika hasil dari nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} .¹⁶

¹⁴Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, 67-68.

¹⁵ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: Refika Adimata, 2013), 85.

¹⁶ Duwi priyatno, paham analisis statistik daya dengan SPSS (yogyakarta: mediakom, 2010), 93.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.¹⁷ Pengukuran reliabilitas dengan menggunakan bantuan komputer SPSS dengan fasilitas *Cronbach Alpha* (α).¹⁸ Kriteria keputusannya adalah jika nilai dalam proses pengujian melalui uji statistik *Cronbach Alpha* adalah $> 0,60$ maka variabel yang dimaksud adalah reliabel.¹⁹

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk menentukan apakah data variabel yang dimiliki mendekati populasi distribusi normal atau tidak.²⁰ Jika normal maka menggunakan uji *kolmogorov smirnov*, yaitu berdistribusi normal jika nilai probabilitas $> 0,05$ dan berlaku sebaliknya.

Uji ini dapat menggunakan metode *normal probability plot*, artinya dengan cara melihat *normal probability plot*, yang kemudian dibandingkan anatara distribusi kumulatif dari ditribusi normal tersebut. kriterianya yaitu sebagai berikut:

- a. Jika garis menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya, atau grafik histogramnya menunjukkan pola berdistribusi normal, maka dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normal.
- b. Jika garis menggambarkan data yang sesungguhnya tidak mengikuti garis diagonalnya, atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat dikatakan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.²¹

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ada dua atau lebih variabel independen yang

¹⁷ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), 189.

¹⁸ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, 83.

¹⁹ Ajat Rukayat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*, (Sleman: Deepublish, 20118), 8.

²⁰ Sufren Dan Yonanthan Natanel, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*, (Jakarta: Gramedia, 2013), 65.

²¹ Ikhsan, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Citapustaka, 2014), 185.

(sangat) berkorelasi.²² Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antar variabel dengan melihat nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengambilan keputusannya:

- a. $VIF > 10,00$ maka diduga mempunyai persoalan multikolinieritas
- b. $VIF < 10,00$ maka tidak terdapat multikolinieritas
- c. $Tolerance < 0,10$ maka diduga mempunyai persoalan
- d. $Tolerance > 0,10$ maka tidak terdapat multikolinieritas.²³

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan variabel residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lain artinya disebut, heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas, atau kata lain model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.²⁴

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Analisis Regresi Berganda

Uji regresi berganda adalah salah satu solusi jika variabel independen lebih dari satu.²⁵ Analisis digunakan untuk menentukan arah hubungan dua variabel (variabel independen dan variabel dependen) apakah ada hubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai variabel

²² Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, Dan Anna Yuliana, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, (Jakarta Selatan:Salemba Empat, 2017) 110.

²³ Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IMB SPSS Statistics Version 26.0*, (Riau: DOTPLUS Publisher, 2021), 33.

²⁴ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistik*, (Sleman: Deepublish, 2020), 128.

²⁵ Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, Dan Anna Yuliana, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, (Jakarta Selatan:Salemba Empat, 2017) 110.

dependen jika nilai variabel independen memiliki peningkatan atau penurunan.²⁶

$$Y = a + b_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Yang mana :

Y = minat pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi

X_1 = Labelisasi Halal

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Harga

X_4 = *Brand Image*

e = error

2. Uji F (Uji Signifikan Simultan)

Uji F biasanya digunakan untuk mengenali ada tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian bisa menggunakan metode menyamakan angka F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat signifikan 5%. Dengan ketentuan yang digunakan yaitu jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak) dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima).²⁷

3. Uji T (Parsial)

Uji t adalah uji yang dilakukan kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikan secara parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan tingkat signifikan 5% atau 0,05. Adapun ketentuan yang digunakan adalah sebagai berikut :

$H_0 = t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antar variabel dependen terhadap variabel independen.

$H_1 = t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antar variabel dependen terhadap variabel independen.²⁸

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) biasanya digunakan untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai koefisien determinasi dalam garis regresi terus menjadi kecil atau mendekati nol artinya semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

²⁶ Dwi Priyatno, *Paham Statistik Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta Mediakom, 2010), 38.

²⁷ Syafirda Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, 53.

²⁸ Syafirda Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, 53-54.

Sebaliknya, jika nilai R^2 semakin mendekati 100% artinya semakin berat pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.²⁹



²⁹ Syafirda Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, 54.