

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian tentang pembelian kosmetik di shopee ini merupakan penelitian asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk menerangkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif dibangun untuk meramalkan dan menjelaskan teori.¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan produk, Islamic branding, dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada pengguna shopee di Pati.

Untuk jenis pendekatan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menggunakan metode pengujian statistik dan bersifat objektif yang meliputi pengumpulan dan analisis data kuantitatif.² Pendekatannya digunakan sebagai cara memudahkan untuk menghitung data dari responden yang telah dipilih sesuai kriteria yang ditentukan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah tempat tertentu terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai ciri-ciri yang sama. Populasi digunakan sebagai bahan penelitian sehingga dapat dipelajari untuk mendapatkan hasil penelitian.³ Populasi penelitian tentang pembelian produk kosmetik di shopee yaitu seluruh pengguna shopee yang pernah melakukan pembelian produk kosmetik di Pati. Oleh karena itu, populasi pada penelitian ini tidak terbatas karena populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlah pengguna shopee di Pati yang pernah membeli produk kosmetik di shopee.

¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 49-50.

² Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, (Depok: Kencana, 2017), 5-6.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 72.

2. Sampel

Bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri yang sama dan khusus disebut sampel. Apabila penelitian menggunakan populasi yang besar, maka menggunakan sampel yang benar-benar mewakili dan valid yang diambil dari populasi tersebut.⁴ Apabila populasi tidak diketahui jumlahnya, maka ukuran sampelnya dapat diketahui dengan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4 \times Moe^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z= tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of Error Max⁵

Penelitian ini menetapkan Moe sebanyak 10%, berarti jumlah sampel yang dapat diambil pada penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{1,96^2}{4 \times (0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 97$$

Dari kriteria yang diperoleh telah didapatkan sampel sebanyak 97. Untuk mengantisipasi kesalahan pada jawaban responden, peneliti membulatkannya menjadi 100. Sehingga memperoleh sampel sebanyak 100 responden. teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik purposive atau judgemental sampling. Teknik tersebut menentukan ukuran sampel dengan meninjau hal tertentu. Penarikan sampel non-probabilitas yang dilakukan berdasarkan pertimbangan dengan kriteria-kriteria tertentu. Penarikan sampel ini digunakan peneliti untuk mendapatkan sampel dengan penetapan tertentu.⁶ Berikut ketetapan pada sampel ini dilihat berdasarkan:

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 81.

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 155.

⁶Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, 104.

- a. Konsumen yang memiliki akun shopee
- b. Konsumen yang pernah membeli produk kosmetik di shopee.

C. Identifikasi Variabel

Variabel pada penelitian merupakan ciri-ciri suatu objek yang memiliki perbedaan sehingga dapat diteliti sebagai bahan penelitian. Penelitian ini menghubungkan dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.⁷

1. Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang digunakan untuk mengukur pengaruh dari variabel lain.⁸ Variabel dependen yang ditetapkan yaitu Keputusan Pembelian (Y).

2. Variabel independen

Variabel independen merupakan variabel penelitian yang memengaruhi variabel lain.⁹ Variabel independen yang ada yaitu Pengetahuan Produk (X1), Islamic Branding (X2), dan Gaya Hidup Konsumtif (X3).

D. Variabel Operasional

Variabel operasional diartikan sebagai variabel yang diamati sesuai dengan karakteristik penelitian yang telah ditentukan.¹⁰ Operasional dalam penelitian digunakan sebagai pengukuran dan analisis data sebelum dilakukannya penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer yang dilakukan dengan memperoleh hasil jawaban kuesioner.¹¹ Variabel operasional yang digunakan pada penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yaitu keputusan pembelian, variabel independen yaitu pengetahuan produk, Islamic branding, dan gaya hidup konsumtif. dari variabel dependen yaitu keputusan pembelian dan variabel independen yaitu pengetahuan produk, Islamic branding, dan gaya hidup

⁷ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Miranda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 76.

⁸ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 76.

⁹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 77.

¹⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 78.

¹¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 77-80.

konsumtif. Variabel operasional digunakan sebagai dasar dalam penyusunan kuesioner yaitu:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Skala
1	Pengetahuan Produk	Sekumpulan informasi tentang produk sebelum melakukan pembelian disebut pengetahuan produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen mengetahui ciri-ciri pada suatu produk 2. Konsumen mengetahui karakteristik produk secara khusus 3. Konsumen mengetahui manfaat fungsional pada produk yang dapat dirasakan secara fisiologis 4. Konsumen mengetahui manfaat psikososial pada produk 5. Konsumen memanfaatkan produk secara langsung dengan hasil kepuasan 	Vinna Sri Yunarti, 2015	Skala Likert

			atau ketidakpuasan pada produk.		
2	Islamic Branding	Merek syariah digunakan untuk menggambarkan nama produk yang berasal dari bahan halal dan menunjukkan identitas produk sesuai syariat Islam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek menjadi suatu identitas syariat Islam yang mengkomunikasikan janji dari manfaat yang diberikan produk 2. Keakraban merek mencerminkan tingkat pengalaman langsung dan tidak langsung konsumen dengan merek 3. Kepercayaan konsumen berisi tentang pengetahuan yang dimiliki konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan 	Muhamad Ilham dan Firdaus, 2019	Skala Like rt

			<p>manfaatnya</p> <p>4. Label halal merupakan tanda halal atau bukti tertulis yang ada pada produk untuk digunakan sebagai jaminan produk halal.</p>		
3	Gaya Hidup Konsumtif	Gaya hidup konsumtif diartikan sebagai sikap seseorang yang ditandai dengan kehidupan yang boros. Penggunaan produk yang dilakukan lebih dari satu produk dalam satu waktu.	<p>1. Membeli produk karena tertarik dengan hadiah</p> <p>2. Membeli produk disebabkan kemasan produk yang menarik</p> <p>3. Melakukan pembelian karena gengsi dan menjaga penampilan</p> <p>4. Melakukan pembelian dengan mempertimbangan harga</p>	Eni Nur Aini dan Anik Lestari Andjarwati, 2020	Skala Likert

			<p>(tidak berdasarkan manfaat dan kegunaannya</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Melakukan pembelian karena menjaga status 6. Menggunakan produk karena meniru iklan pada produk 7. Meyakini bahwa produk yang mahal akan meningkatkan percaya diri 8. Menggunakan dua produk dalam waktu bersamaan. 		
4	Keputusan Pembelian	Tahapan pada langkah-langkah keputusan konsumen dalam melakukan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen menemukan adanya masalah tertentu 2. Konsumen melakukan pencarian informasi 	Usman Effendi, 2016	Skala Likert

		<p>produk.</p>	<p>mengenai produk yang ingin dibeli</p> <p>3. Saat telah mendapatkan informasi tentang produk, konsumen menggunakannya untuk evaluasi guna memilih produk</p> <p>4. Konsumen menentukan keputusan pembelian dengan membeli atau tidak membeli produk</p> <p>5. Konsumen merasa puas atau tidak pada produk yang telah dibeli.</p>		
--	--	----------------	--	--	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diartikan sebagai cara untuk menggali dan mencari fakta pada penelitian yang didapatkan

dengan cara meneliti ruang lingkup sesuai penelitian.¹² Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner melalui *google form*. Kuesioner diartikan sebagai pengumpulan data dengan memberi pertanyaan pada responden kemudian jawaban dari responden digunakan sebagai uji analisis data pada penelitian.¹³ Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, peneliti menyebar kuesioner kepada responden secara langsung atau lewat perantara. Kuesioner langsung dapat dilakukan dengan melakukan wawancara kepada responden. Sedangkan kuesioner tidak langsung dapat dilakukan melalui perantara atau pos.¹⁴

Penelitian ini menggunakan teknik pengukuran data melalui skala *likert*. Pengukuran yang dapat dilakukan pada skala likert yaitu untuk mengukur fenomena yang ada di tengah masyarakat melalui persepsi individu, sikap, dan pendapat. Penelitian mengenai fenomena sosial telah ditetapkan disebut variabel penelitian. Penelitian dari variabel dapat diukur menggunakan skala *likert* yang diukur menggunakan indikator penelitian. Indikator penelitian digunakan sebagai ukuran untuk menyusun beberapa pertanyaan dalam indikator. Jawaban pertanyaan pada kuesioner menggunakan skala *likert* yang memiliki arti sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Berikut penjelasan mengenai pengukuran skala *likert* dengan skor 1-5 item pilihan:

1. Nilai 5 menjelaskan Sangat Setuju (SS)
2. Nilai 4 menjelaskan Setuju (S)
3. Nilai 3 menjelaskan Netral (N)
4. Nilai 2 menjelaskan Tidak Setuju (TS)
5. Nilai 1 menjelaskan Sangat Tidak Setuju (STS).¹⁵

93. ¹² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,

94. ¹³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,

¹⁴ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, 159.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 86-87.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengukur sesuatu yang akan di ukur. Jadi, uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur subjek penelitian.¹⁶ Uji validitas menjadi ukuran dari kelayakan pada pertanyaan yang menjelaskan variabel penelitian. Penggunaan uji validitas lebih baik pada setiap pertanyaan dengan membandingkan r tabel dan r hitung. Menggunakan rumus $df = n-2$ dan nilai signifikansi sebesar 5%, maka hasil uji validitas pada penelitian jika menunjukkan nilai r hitung $> r$ tabel. Hal tersebut disebut data penelitian yang valid.¹⁷

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu suatu ukuran yang digunakan untuk mengetahui konsistensi responden saat menjawab pertanyaan mengenai indikator variabel yang diamati.¹⁸ Reliabilitas memiliki arti dapat diandalkan sehingga jika dipergunakan berulang tetap mendapatkan hasil yang sama. Jadi, uji reliabilitas merupakan alat ukur yang yang mengukur seberapa jauh subjek atau objek hasil penelitian untuk memperoleh hasil yang sama ketika dilakukan penelitian ulang.¹⁹ Reliabilitas dapat mengetahui apakah data penelitian memiliki sifat dapat diandalkan atau tidak.²⁰ Penggunaan uji reliabilitas dapat diterapkan pada variabel penelitian yang secara bersama-sama di semua pertanyaan. Jika hasil uji reliabilitas sebesar $> 0,60$ dapat dikatakan penelitian memiliki data yang reliabel.²¹

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode analisis data kuantitatif. Teknik analisis

¹⁶ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 15.

¹⁷ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 192.

¹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 192.

¹⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, 15.

²⁰ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 97.

²¹ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 192.

ini digunakan untuk memperoleh tujuan penelitian yaitu pengaruh metode pengetahuan produk, Islamic branding, dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di shopee. Berikut uraian mengenai analisis data yang digunakan yaitu:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas yaitu untuk menguji model regresi pada variabel terikat dan variabel bebas apakah berdistribusi normal atau tidak. Dianggap sebagai model regresi yang baik apabila memiliki data yang berdistribusi normal. Untuk melihat sebuah data memiliki distribusi normal yaitu dengan bentuk distribusi data yang membentuk lonceng. Jika bentuk distribusi data juling ke kiri atau kanan dan keruncingan ke kanan atau kiri, data tersebut dikatakan memiliki pola distribusi normal.

Analisis data yang dilakukan melalui uji normalitas memiliki sifat yang menyeluruh karena menghitung semua variabel. Setiap variabel dapat diuji dengan uji ini untuk memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji probability plot dan uji kolmogorov. Dengan ketentuan, jika distribusi data mengikuti garis diagonal dan menyebar mendekati diagonal maka dinyatakan memenuhi uji normalitas.²²

b. Uji Multikolinieritas

Dalam uji multikolinieritas digunakan untuk memeriksa hubungan variabel bebas memiliki regresi atau tidak. Data yang memiliki multikolinieritas dilihat dengan menggunakan nilai tolerance dan VIF (variance inflation factor). Variabel bebas yang tidak berhubungan tidak akan membentuk variabel ortogonal. Variabel bebas yang berhubungan satu dengan yang lainnya dan memiliki nilai sama dengan nol disebut variabel ortogonal. Untuk menentukan sebuah penelitian memiliki multikolinieritas atau tidak dapat dilihat pada nilai R^2 .²³

²² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 106.

²³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 102-103.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini terjadi ketika terdapat perbedaan variansi residual dari observasi satu ke yang lainnya. Penentuan sebuah penelitian terdapat heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan metode Scatterplot. Berikut beberapa ciri suatu regresi yang tidak memiliki heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

- 1) Penyebaran pada titik data menyebar di atas atau di bawah.
- 2) Penyebaran pada titik data tidak menggumpal di bawah atau di atas saja
- 3) Titik data tidak memiliki pola yang melebar dan bergelombang sehingga data dapat melebar kembali
- 4) Memiliki data berpola yang menyebar.²⁴

2. Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Hubungan antara variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen.²⁵ Regresi linear berganda merupakan regresi yang menghubungkan variabel Y dan variabel X. Variabel X dapat berjumlah lebih dari satu. Berikut rumus pada regresi dengan nilai tingkat signifikansi 0,05 adalah:

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

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)
- X₁ = Variabel independen (Pengetahuan Produk)
- X₂ = Variabel independen (Islamic Branding)
- X₃ = Variabel bebas (Gaya Hidup Konsumtif)
- a = konstanta
- b = koefisien regresi
- e = residual titik error²⁶

b. Uji Signifikan Parameter Parsial (Uji t)

Signifikan parameter parsial bertujuan untuk mendapatkan pengaruh parsial dari variabel independen

²⁴ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 186-187.

²⁵ Edy Supriyadi, *SPSS+Amos Statistical Data Analysis*, (Kudus: Penerbit In Media, 2014), 66.

²⁶ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, 74.

terhadap (X) variabel dependen (Y). Rumus pada analisis regresi ini yaitu sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Penjelasan:

b_i = Koefisien regresi

S_{b_i} = Standar error

Menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan df yaitu $n-k-1$. Uji signifikansi parameter parsial dilakukan untuk membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu:

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $\alpha \geq 0,05$ akan didapatkan H_0 diterima dan H_a ditolak
 - 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $\alpha < 0,05$ akan didapatkan H_0 ditolak dan H_a diterima.²⁷
- c. Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk melihat secara bersama-sama pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependen (Y). Perhitungan uji simultan untuk menghitung analisis data penelitian, berikut rumus yang digunakan:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Penjelasan:

R^2 = koefisien determinasi

k = total variabel independen

n = total kasus atau data

Uji simultan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dengan diperoleh df1 (total variabel-1) dan df2 ($n-k-1$), n merupakan total sampel dan k merupakan total variabel independen. Ketentuan uji simultan dengan F_{hitung} dan F_{tabel} adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima berarti secara simultan variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak berarti secara simultan variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.²⁸

²⁷ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68-69.

²⁸ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau R^2 dipergunakan sebagai ukuran keakraban pada variabel dependen dan variabel dependen secara bersama-sama.²⁹ Koefisien determinasi atau R^2 merupakan ukuran kesesuaian garis regresi terhadap data sampel. Sedangkan koefisien determinasi r^2 digunakan untuk regresi dua variabel.³⁰ Koefisien determinasi menunjukkan perubahan persentase variabel dependen terhadap variabel independen. Sisa persentasenya dipengaruhi oleh perubahan faktor lainnya.³¹



²⁹ Sri Mulyono, *Statistika untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Ketiga*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2015), 259.

³⁰ Sri Mulyono, *Statistika untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Ketiga*, 246.

³¹ Pangestu Subagyo, *Statistika Terapan untuk Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2017), 265.