

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dimana penelitian lapangan adalah pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti guna memperoleh data yang sesuai.¹ Maka dari itu, dilakukan studi lapangan secara langsung untuk memperoleh data dan informasi pendukung yang konkrit mengenai pengaruh kepedulian halal, keterlibatan konsumen, keterikatan emosi terhadap loyalitas pelanggan produk Natura World di Kalangan Generasi Muda.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena dalam penelitian terdapat penggunaan angka dari awal pengumpulan data hingga hasil akhir dari penelitian yang dilakukan.²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi adalah himpunan seluruh objek yang ingin diketahui besaran karakteristiknya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Muda di Jawa Tengah yang berjumlah 14536 orang. Alasan pemilihan objek penelitian karena generasi muda dianggap sudah siap untuk menjawab dan mendalami pertanyaan yang telah disediakan mengenai produk Natura World.
2. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Rumus perhitungan besaran sampel:⁴

$$n = \frac{N}{N (\alpha^2) + 1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

α = nilai presisi 10% atau sig. = 0,1

¹ Etta Mamang Sangadji, 7.

² Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian Cetakan 1* (Yogyakarta: Literasi Media, 2015), 17–18.

³ Johan Harlan, *Metode Statistika I* (Depok: Gunadama, 2004), 1.

⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 126.

$$n = \frac{N}{N(\alpha^2) + 1}$$

$$n = \frac{14536}{14536(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{14536}{146,36} = 99,31$$

Dari perhitungan menggunakan rumus diatas didapat sampel sebesar 100 orang yang dibulatkan dari 99,31 yang akan mewakili 14536 orang.

C. Identifikasi Variabel

Variabel adalah objek yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian. Dengan kata lain, variabel adalah objek yang diamati oleh peneliti. Variabel untuk penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepedulian halal (X1), keterlibatan konsumen (X2), dan keterikatan emosi (X3)
2. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah pengertian variabel yang dirumuskan berdasarkan sifat-sifat variabel yang diamati. Ada dua variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau memicu perubahan dan munculnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepedulian halal (X1), keterlibatan konsumen (X2), dan keterikatan emosi (X3).
2. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan dari variabel bebas.⁵ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).

⁵ Tri Hidayati, dkk, *Statistika Dasar*, (Banyumas: Pena Persada, 2019), 20.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator
1	Kepedulian Halal (X1)	Kepedulian terhadap jaminan kehalalan suatu produk dapat diartikan sebagai sikap memperhatikan dan kehati-hatian yang didasarkan pada nilai-nilai seseorang terhadap sifat kehalalan produk yang digunakan. ⁶	Peran sertifikasi halal Alasan kesehatan Informasi tentang halal	a. Memeriksa produk yang akan dibeli/digunakan. b. Menanyakan kejelasan produk kepada produsen. c. Menolak produk yang akan dibeli/digunakan. d. Mengingatnkan produsen jika melanggar ketentuan yang berlaku. e. Melaporkan kepada pihak terkait jika terbukti melanggar aturan yang berlaku.
2	Keterlibatan Konsumen (X2)	Keterlibatan konsumen adalah sikap proaktif yang dilakukan konsumen untuk memberikan insentif yang diberikan pemasar/produsen yang bertujuan untuk meminimalkan risiko dan memaksimalkan	Ekspresi diri Hedonisme Relevansi Praktis	a. Produk-produk yang membantu orang lain untuk mengekspresikan konsep diri mereka kepada orang lain. b. Produk-produk yang menyenangkan, menarik, menggembirakan, mempesona dan menggairahkan. c. Produk yang mendasar atau bermanfaat untuk

⁶ Umi Muzayanah, dkk, 263.

		n keuntungan atau manfaat dari pembelian produk. ⁷	Risiko pembelian	alasan yang berfaedah. d. Produk-produk yang menciptakan ketidakpastian.
3	Keterikatan Emosi (X3)	Keterikatan emosi adalah emosi yang menciptakan citra suatu produk dan memberikan rasa yang berbeda dari produk lainnya. ⁸	Afeksi Gairah Koneksi	a. Konsumen memiliki konsistensi yang stabil dalam kecintaanya terhadap suatu merek. b. Perasaan konsumen terhadap suatu merek dimana terdapat daya tarik atas merek. c. Konsumen mempunyai perasaan terhadap merek tersebut.
4	Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah loyalitas jangka panjang yang diwujudkan dalam perilaku dan loyalitas mereka kepada perusahaan dan produknya melalui penggunaan yang teratur dan berulang menjadikan	<i>Repeatation</i> <i>Purchase accros product line Retention</i> <i>Recommen dation</i>	a. Kesetiaan terhadap pembelian produk. b. Melakukan pembelian secara teratur. c. Membeli di luar lini produk atau jasa. d. Tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing. e. Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain.

⁷ Etta Mamang Sangadji, 54

⁸ Aurel Anggraini Agilitha Adha Shera, 4.

	perusahaan serta produknya sebagai bagian penting dari proses penggunaan yang dilakukan oleh pelanggan. ⁹		
--	--	--	--

E. Teknik Pengumpulan data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, peneliti memerlukan teknik pengumpulan data. Metode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner atau angket serta tinjauan pustaka yang diperoleh dari buku, dokumen, dan lainnya. Metode angket atau kuesioner adalah teknik pengumpuluan informasi dengan menulis serangkaian pernyataan atau menjawab pertanyaan yang mungkin sesuai dengan fokus penelitian.¹⁰

Metode penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sesuatu yang nyata, bukan bentuk fisik. Misalnya perasaan, persepsi, dan sikap yang dirasakan individu atau kelompok dalam komunitas tertentu suatu fenomena sosial.¹¹ Jadi dalam penelitian ini penulis menggunakan skala likert dengan 5 pilihan supaya para responden bisa memilih jawaban sesuai dengan apa yang mereka rasakan dengan tidak meninggalkan pilihan netral jika mana mereka ragu terhadap produk tersebut.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Kriteria	Kategori Jawaban	Skor
1	ST	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

⁹ Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, 192

¹⁰ Sugiyono, 142

¹¹ Sugiyono, 97

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah percobaan yang dilakukan untuk membuktikan seberapa baik suatu alat ukur dapat mengukur suatu benda. Uji validitas digunakan untuk memperkirakan apakah suatu pertanyaan valid atau tidak. Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid apabila pertanyaan tersebut dapat menunjukkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Langkah-langkah untuk menguji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan signifikan (dengan taraf signifikan 0,05)
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak signifikan (dengan taraf signifikan 0,05)¹²

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memperkirakan konsistensi dan stabilitas responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner. Untuk mengkonfirmasi reliabilitas dalam penelitian ini, digunakan *cronbach alpha* dengan nilai alpha 0,60. Dengan nilai alpha 0,60, kami dapat mengatakan bahwa kami memberikan kualitas yang tak tergoyahkan. Jika nilai alpha kurang dari 0,60, maka dapat dikatakan tidak reliabilitas.¹³

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan model regresi variabel bebas dan variabel terikat apakah berdistribusi secara normal atau tidak. Jika hasil yang diperoleh menunjukkan distribusi normal, maka model regresinya baik. Uji normalitas yang digunakan menggunakan metode P-Plot dengan taraf signifikansi 5%.¹⁴ Kriteria penentuan uji normalitas adalah:

¹² Jihan Suci Lestari, dkk, *Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, dan Lingkungan Kerja terhadap Prestasi Kerja Guru*, ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 1 No. 1 (2020), 38-55

¹³ Jihan Suci Lestari, dkk, 43

¹⁴ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Mediakom (2010), 71.

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.¹⁵

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menentukan hubungan antara faktor-faktor bebas dari model regresi. Jika model regresi tidak dilacak oleh multikolinieritas, maka pengujian lolos. Untuk resiliensi $> 0,1$ dan *Variance Infaction Factor* (VIF) < 10 , maka dinyatakan lolos.

Dalam tabel *collinearity statistics* pada uji statistic ditunjukkan dengan nilai resiliensi lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Infaction Factor* (VIF) kurang dari 10, berarti informasi telah berlalu dan dinyatakan bahwa tidak ada multikolinieritas di dalamnya.¹⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas secara efektif menentukan perubahan nilai residual yang diamati dalam analisis regresi untuk menentukan apakah ada perbedaan. Model regresi telah lulus uji heteroskedastisitas atau tidak. Model regresi dinyatakan homoskedastisitas apabila antar pengamatan selisih nilai tersisa sama atau tetap. Disisi lain, jika perbedaan kualitas yang tersisa antara pengamatan jelas, maka ada model heterogen. Salah satu cara untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan menggunakan uji *rank spearman*. Heteroskedastisitas menggunakan uji *rank spearman* harus dikonfirmasi dengan memeriksa signifikansi atau nilai signifikan. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas pada model regresi. Namun, jika nilai signifikan $< 0,05$ maka tidak terdapat tanda heteroskedastisitas. Hasil uji terukur harus menunjukkan bahwa signifikansi ketiga faktor tersebut $> 0,05$ sehingga tidak terdapat tanda heteroskedastisitas pada model regresi.¹⁷

¹⁵ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Eds. 1, Cet.1*, Kudus: Media Ilmu Press (2016), 195.

¹⁶ Sri Abidah Suryaningsih dan Aliyah Shufiyyatin, *Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lyfestyle terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Gresik*, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, Vol. 4 No. 3 (2021), 127.

¹⁷ Sri Abidah Suryaningsih dan Aliyah Shufiyyatin, 128.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggambarkan keterikatan dimana setidaknya variabel bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel yang lain (dependen). Peneliti berikut akan menggunakan beberapa penelitian regresi linier berganda untuk menguji hipotesis pengujian ini. Analisis regresi linier berganda tidak hanya mengukur kekuatan variabel independen terhadap variabel dependen, tetapi juga menunjukkan arah pengaruhnya.¹⁸ Pengujian mengandalkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y	= loyalitas pelanggan
a	= konstanta
b ₁	= koefisien regresi untuk variabel independen kepedulian halal
b ₂	= koefisien regresi untuk variabel independen keterlibatan konsumen
b ₃	= koefisien regresi untuk variabel independen keterikatan emosi
x ₁	= kepedulian halal
x ₂	= keterlibatan konsumen
x ₃	= keterikatan emosi
e	= residual atau eror

b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) atau R *Square* berfokus untuk memperkirakan seberapa besar tingkat kemampuan variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y). Bila R² mendekati angka 1 artinya variabel bebas berpengaruh sepenuhnya terhadap variabel terikat, dan sebaliknya bila R² mendekati angka 0 berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.¹⁹

¹⁸ Laura Amelya Br Napitupulu, *Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi dan Kompetensi terhadap Kinerja Manajerial pada Rumah Sakit Swasta di Kota Pekanbaru*, Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi, Vol.4 No. 1 (2016), 344-346.

¹⁹ Jihan Suci Lestari, dkk, 44.

c. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengamati seberapa besar variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara eksklusif. Pengujian dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Nilai $t_{hitung} < 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Nilai $t_{hitung} > 0,05$ maka H_0 ditolak²⁰



²⁰ Jihan Suci Lestari, dkk, 45.