

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan

Peneliti pada penelitian kali ini menggunakan jenis pendekatan penelitian korelasi. Penelitian korelasi yaitu penelitian dengan melibatkan tindakan dalam pengumpulan data yang digunakan untuk menentukan apakah antara satu variabel atau lebih memiliki hubungan.¹ Data primer, atau informasi yang diterima langsung dari responden melalui kuesioner, digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Penelitian ini akan mengamati pengaruh labelisasi halal, citra merek, *online customer review*, *celebrity endorsement* dan *perceived advertising value* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik yang bersertifikat halal pada customer generasi Z di Kabupaten Rembang.²

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Para peneliti sering menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis sampel atau populasi tertentu karena mereka didasarkan pada pola pikir positif.³

B. Populasi dan sampel

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subyek dengan karakteristik tertentu yang penulis pilih untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁴ Adapun populasi pada penelitian ini adalah para konsumen wanita atau pelanggan pada generasi Z di Kabupaten Rembang yang pernah membeli atau memakai produk kosmetik yang bersertifikat halal yang tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya atau disebut dengan populasi *infinite*.

¹ Muh Fitrah dan Lutfiyah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Tindakan Kelas & Study Kasus* (Jawa Barat: CV Jejak, 2017), p. 36.

² Etta Mamang Sangadji and Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Disertai Himpunan Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013).

³ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Cetakan 1, 2015), pp. 17–18.

⁴ Muhammad Muhyi, Hartono, dkk, *Metodologi Penelitian* (Surabaya: Adi Buana University Press), p. 41.

2) Sampel

Sampel mewakili sejumlah besar populasi dengan ciri-ciri yang serupa. Peneliti tidak mungkin mengambil seluruh data dari populasi apabila populasi besar, maka dari itu cukup menggunakan sebagian dari populasi yang disebut sampel, tetapi data dari sampel yang diambil harus benar-benar valid dan dapat mewakili data karena terbatasnya tenaga dan biaya dalam melakukan penelitian.⁵

Sampel untuk penelitian ini diambil dengan menggunakan *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling*, yaitu strategi pengambilan sampel populasi yang dilakukan secara acak tetapi dengan kriteria tertentu. Penelitian *infinite*, atau penelitian yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, jumlah sampel yang akan digunakan ditentukan dengan menggunakan rumus di bawah ini yaitu:

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

Keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (95% = 1,96)

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = *Margin of error* 10% = 0,10⁶

Berdasarkan rumus diatas, maka perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96^2 (0,5) \cdot (0,5))}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi jumlah sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah 96,04 = 100 orang/responden. Dalam penelitian ini dipilih 100 orang/responden secara acak

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), p. 118.

⁶ Umi Narimawati, *Teori Dan Praktik Dengan Menggunakan SPSS 15* (Yogyakarta: Gava Media, 2008), p. 27.

dari pelanggan generasi Z Kabupaten Rembang yang berjenis kelamin perempuan dan pernah menggunakan atau membeli barang kosmetik yang bersertifikat halal.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah objek atau ciri dari suatu kegiatan yang dapat berubah dan dari mana kesimpulan penelitian dapat dibuat. Suatu variabel harus memiliki kejelasan dalam penentuan penelitian agar antara dua variabel atau lebih dapat diketahui kaitannya dan dapat dianalisis dengan mudah. Diantara variabel tersebut adalah:

- 1) Variabel terikat sering disebut sebagai variabel yang mempengaruhi variabel bebas, yang merupakan salah satu jenis variabel. Dalam penelitian ini terdapat lima variabel independen yaitu *Halal labeling* (X1), *brand image* (X2), *online customer review* (X3), *celebrity endorsement* (X4), dan *perceived advertising value* (X5) merupakan lima variabel independen dalam penelitian ini.
- 2) Variabel bebas merupakan kebalikan dari variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel terikat. Terdapat satu variabel terikat pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).⁷

D. Desain dan definisi operasional variabel

- 1) Desain operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan pada penelitian berkualitas tinggi yang dapat diamati, diuji, dan dinilai oleh orang lain. Karena penggunaan identifikasi dalam definisi operasional dapat membantu peneliti, maka dimungkinkan untuk menyusun definisi operasional dengan memanfaatkan kriteria unik yang ditemukan.⁸

⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2016), p. 4.

⁸ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), pp. 68–69.

2) Skala pengukuran

Skala ukur merupakan langkah awal dalam menentukan berapa banyak orang yang ada pada populasi atau sampel. Peneliti harus mengetahui jenis skala pengukuran sebelum menyusun perangkat.⁹

Skala Likert digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini, yang merupakan metode untuk menentukan pendapat, perspektif, dan persepsi subjek. Skala Likert memiliki lima poin dengan interval yang sama; penjabaran variabel akan dikuantifikasi sebagai indikator variabel dengan menggunakan skala Likert.

Tanggapan skala likert untuk setiap item pertanyaan memiliki rentang nilai mulai dari 1 sampai 5, sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|-------------------|
| a) Sangat tidak setuju | = 1 |
| b) Tidak setuju | = 2 |
| c) Netral | = 3 |
| d) Setuju | = 4 |
| e) Sangat setuju | = 5 ¹⁰ |

Definisi variabel penelitian, serta definisi semua variabel dan pengukuran variabel dijelaskan dalam penelitian ini.

E. Definisi Operasional Variabel

Untuk melaksanakan penelitian ini sesuai rencana, sangat penting untuk memahami berbagai komponen yang membentuk dasar penelitian ilmiah yang terkandung dalam operasionalisasi variabel penelitian. Berikut ini adalah definisi lebih rinci tentang operasionalisasi variabel.

- 1) Labelisasi halal adalah adalah pencantuman tulisan pada kemasan produk dan atau pernyataan label yang menunjuk kan bahwa produk yang dimaksudkan adalah ber status sebagai produk halal. Pengukuran variabel labelisasi halal menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Miya Adisty Amin (2020), yang

⁹ Winarno, *Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Olahraga* (Malang: UM Press, 2011), p. 46.

¹⁰ Dominikus, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), pp. 147–148.

terdiri dari 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

- 2) Citra merek adalah nama, kata, tanda, simbol, atau kombinasi dari semuanya yang digunakan untuk mengidentifikasi dan membedakan barang atau jasa seorang penjual atau sekelompok penjual dari barang atau jasa pesaing. Pengukuran variabel citra merek menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Miya Adisty Amin (2020), yang terdiri dari 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.
- 3) Online customer review adalah cara untuk memperoleh informasi sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan, inilah yang disebut sebagai suatu alat bantu keputusan, selain itu juga berfungsi sebagai mekanisme pemberian umpan balik oleh konsumen dan rekomendasi terhadap platform belanja online lainnya. Pengukuran variabel online customer review menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Miya Adisty Amin (2020), yang terdiri dari 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.
- 4) Penggunaan selebriti dalam iklan dengan tujuan menganjurkan penggunaan barang bersponsor dikenal sebagai dukungan selebriti. Pengukuran variabel selebrity endorsement menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Leonardo (2020), yang terdiri dari 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.
- 5) Nilai sebuah iklan didefinisikan sebagai penilaian terhadap nilai dan kegunaan iklan bagi konsumen. Pengukuran variabel perceived advertising value menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Leonardo (2020), yang terdiri dari 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan

kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.

- 6) Keputusan pembelian adalah proses memutuskan apa yang akan dibeli berdasarkan apa yang telah dibeli sebelumnya. Pengukuran variabel keputusan pembelian menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Leonardo (2020), yang terdiri dari 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5 berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.

F. Metode Analisis Data

1) Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis data penelitian tanpa membuat generalisasi atau kesimpulan yang luas tentang karakteristik populasi (generalisasi/inferensi).¹¹ Demografi responden, seperti jenis kelamin, usia, dan jenis pekerjaan, dijelaskan menggunakan statistik deskriptif.

2) Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah alat data yang menentukan tingkat validitas suatu kuesioner dengan menentukan seberapa akurat setiap itemnya. Item dianggap sah jika memiliki keterkaitan yang signifikan dengan nilai total dan dapat menjelaskan data yang diteliti.

Aplikasi SPSS dapat digunakan untuk menguji validitas. Para peneliti menggunakan program SPSS dan metode korelasi Pearson untuk menghubungkan semua skor item dengan skor total dalam penelitian ini. Jika nilai r_{hitung} , r_{tabel} kurang dari 0,05 maka item tersebut dianggap sah. Sebaliknya, jika r_{hitung} , r_{tabel} dengan taraf signifikansi $> 0,05$, maka suatu item dianggap tidak valid.¹²

¹¹ Yusuf Nalim, *Statistika Deskriptif* (Pekalongan: STAIN Pekalongan Press, 2012), p. 11.

¹² Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI OFFSET), p. 52.

3) Uji Reabilitas Instrumen

Dengan menggunakan angket, maka uji reliabilitas dikatakan dapat menentukan konsisten atau tidaknya suatu alat ukur. Kuncinya adalah jika Anda menyebarkan kuesioner lagi, Anda akan mendapatkan temuan atau hasil yang sama yang konsisten dengan yang sebelumnya. Rumus Cronchbach Alpha digunakan dalam prosedur pengukuran penelitian dan dengan batas 0,6, instrumen dapat dianggap andal atau reliabel.¹³

G. Teknik Pengumpulan Data

1) Angket

Strategi yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh dan menganalisis data dikenal sebagai teknik pengumpulan data. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuesioner yang biasa disebut dengan kuesioner. Sebelum disampaikan kepada peneliti untuk penelitian, kuesioner adalah daftar semua pertanyaan yang dihasilkan oleh peneliti untuk diajukan kepada responden dan disusun secara sistematis untuk memperoleh jawaban yang diinginkan.¹⁴

2) Wawancara

Wawancara adalah suatu cara untuk memperoleh informasi secara langsung dari suatu sumber dengan menggunakan komunikasi verbal. Wawancara biasanya dilakukan secara langsung atau melalui telepon, dengan pewawancara mengajukan dan menjawab pertanyaan secara lisan.¹⁵

H. Teknik Analisis Data

1) Uji Multikolinearitas

Karena suatu hubungan dengan multikolinearitas akan dinyatakan sebagai hubungan yang negatif, maka uji multikolinearitas berusaha untuk membangun

¹³ Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset), p. 64.

¹⁴ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), p. 133.

¹⁵ Sirilius Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), p. 36.

hubungan antara dua atau lebih variabel bebas yang membentuk hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna.¹⁶

Dengan memeriksa nilai toleransi dan VIF, dapat menentukan apakah hubungan antar variabel bersifat multikolinier atau tidak. Jika nilai toleransi menurun sedangkan VIF meningkat, kemungkinan multikolinieritas meningkat; namun, jika nilai toleransi meningkat sedangkan VIF menurun, maka tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen dengan nilai toleransi 0,1 dan VIF 10.¹⁷

2) Uji Autokorelasi

Dalam model regresi linier, uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pada periode $t-1$. Ada masalah autokorelasi ketika ada korelasi. Autokorelasi dapat muncul ketika ada pengamatan berurutan sepanjang waktu yang terkait satu sama lain. Model yang tidak menunjukkan autokorelasi adalah model regresi yang layak.

Dalam penyelidikan autokorelasi ini, uji Durbin-Watson (uji DW) diterapkan. Pengujian ini hanya berlaku untuk autokorelasi level satu dan membutuhkan model regresi dengan intersep (konstanta) dan tidak ada variabel independen lainnya.

Berikut ini adalah kriteria untuk menentukan ada atau tidaknya autokorelasi:

1. Jika nilai DW berada di antara batas atas atau Upper Bound (du) dan $(4-du)$, maka tidak terjadi autokorelasi sampai koefisien autokorelasi sama dengan nol.
2. Autokorelasi positif jika nilai DW lebih kecil dari batas fundamental atau Batas Bawah ($d1$) hingga koefisien autokorelasi lebih besar dari nol.

¹⁶ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS* (Surabaya: Jakad Publishing, 2019), pp. 56–67.

¹⁷ Rahmat Hidayat and Devrina Resticha, 'Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam)', 3.1 (2019), 40–52.

3. Jika nilai Dw lebih besar dari (4-dl) dan koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol, maka terjadi autokorelasi negatif.
4. Jika nilai DW berada di antara batas atas (du) dan bawah (dl), atau antara (4-du) dan (4-dl), temuan tidak dapat disimpulkan (4-dl).

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas mencari varians atau perubahan residual dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Model regresi kondisi adalah model di mana residual satu pengamatan sama dengan residual pengamatan lainnya.

Dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediksi) versus SRESID, pendekatan scatter plot dapat dimanfaatkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas (nilai residu). Model yang layak dihasilkan jika tidak ada pola yang terlihat pada grafik, seperti berkumpul di tengah, menyempit, lalu mencair, atau melebar, lalu menyusut.¹⁸

4) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi teratur atau tidak. Uji normalitas juga dapat digunakan untuk melihat apakah variabel terikat dan variabel bebas terdistribusi secara merata.¹⁹

5) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mempelajari pengaruh regresi terhadap dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Berikut ini adalah persamaan umumnya:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + b_5.X_5 + e$$

Keterangan :

Y	= variabel terikat (penerima keputusan)
a	= konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	= koefisien regresi
X1	= variabel X1

¹⁸ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), pp. 59–60.

¹⁹ Dwi Priyanto, *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2013), p. 86.

X2	= variabel X2
X3	= variabel X3
X4	= variabel X4
X5	= variabel X5
e	= residual atau eror. ²⁰

6) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Koefisien kecil menunjukkan bahwa variabel bebas hanya dapat menjelaskan sebagian kecil dari variabel terikat, sebaliknya, jika nilainya lebih dari 1, variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

7) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

Fhitung > Ftabel Uji statistik F digunakan untuk mengukur pengaruh faktor independen terhadap variabel dependen secara simultan dengan nilai signifikansi 0,05. Seperti dapat dilihat, variabel independen memiliki dampak yang lebih besar daripada variabel dependen. Variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat secara simultan jika Fhitung > Ftabel dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.²¹

8) Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Pengaruh signifikan secara keseluruhan antara variabel bebas dan variabel terikat diuji dengan menggunakan uji signifikansi parameter individu atau uji t. Jika t_{hitung} penting h_0 diterima, uji menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan buat keputusan. Jika t_{hitung} lebih besar dari kritis, h_0 ditolak.²²

²⁰ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020), pp. 140–141.

²¹ Sirilius Seran, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Sosial* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), pp. 188–189.

²² Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate Dengan SPSS*, pp. 50–51.