

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian korelasi. Penelitian korelasi adalah teknik analisis data yang terdiri dari dua variabel atau lebih yang saling terkait.⁹⁴ Penelitian ini meneliti tentang pengaruh religiusitas, celebrity endorser, dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen produk skincare Ms Glow pada muslim generasi millennial. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang terencana, sistematis, dan terstruktur, dengan jelas dari awal hingga akhir penelitian. Penelitian kuantitatif biasanya memakai angka mulai dari mengumpulkan data hingga sampai dengan hasilnya.⁹⁵

Tujuan dari penelitian kuantitatif ini yaitu untuk pengembangan dan penggunaan model matematis, teori-teori hingga hipotesis yang terkait dengan fenomena alam.⁹⁶ Lokasi yang dituju dalam penelitian ini yaitu di Juwana.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang diawali dengan teknik pengumpulan data, penentuan metode yang dapat digunakan, setelah itu penyebaran kuesioner kepada pembeli atau responden yang menjadi sampel penelitian, setelah itu menganalisis data yang telah terkumpul hingga disajikan dalam bentuk skripsi.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua objek ataupun subjek yang memiliki ciri-ciri dan kualitas tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.⁹⁷ Pada penelitian ini populasi yang menjadi objeknya yaitu semua generasi millennial yang menggunakan skincare Ms Glow yang

⁹⁴ Fajri Ismail, *Statistika Untuk penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 333.

⁹⁵ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17.

⁹⁶ Siyoto dan Sodik, 19.

⁹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabet, 2015), 117.

berada di Kota Juwana yang tidak diketahui jumlah populasinya.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari total populasi dari ciri-ciri yang ada atau sebagian kecil dari populasi. Apabila populasi yang akan digunakan itu besar tidak mungkin peneliti meneliti semua populasi yang ada, karena adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, maka peneliti bisa memakai sampel yang diambil dari populasi tersebut. Maka dari itu sampel yang dipakai harus benar-benar mewakili populasi itu.⁹⁸

Penentuan sampel dalam penelitian ini memakai teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang digunakan secara random tidak memperhatikan tingkatan yang ada pada total populasi tersebut.⁹⁹

Adapun teknik yang dipakai dalam penentuan total sampel adalah dengan memakai rumus Wibisono. Pada rumus Wibisono menjelaskan bahwa rumus ini digunakan apabila teknik pengambilan sampel jika populasinya tidak diketahui. Maka rumus Wibisono dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$n = \left\{ \frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma}{e} \right\}^2$$

keterangan:

n : jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$: nilai tabel Z (nilai dari tabel normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96)

σ : standar deviasi populasi (25% = sudah ketentuan)

e : margin of error (tingkat kesalahan maksimal sampel yang masih bisa ditoleransi atau moe = 5%)¹⁰⁰

$$n = \left\{ \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right\}^2$$

$$n = 96,04$$

⁹⁸ Sugiyono, 118.

⁹⁹ Sugiyono, 118-120.

¹⁰⁰ Siti Lam'ah Nasution, "Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Master Cash & Credit Kota Pinang", *Jurnal Ecobisma* 6, no. 1 (2019), hal. 62.

Dari perhitungan tersebut, maka sampel dari penelitian ini adalah sebesar 96 responden kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan segala suatu yang berbentuk apapun yang telah ditentukan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulan.¹⁰¹ Beberapa variabel yang dipakai pada penelitian ini yaitu:

1. Variabel Independen (variabel bebas), adalah variabel yang mempengaruhi variabel terkait.¹⁰² Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu Religiusitas, celebrity endorser, dan label halal.
2. Variabel Dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.¹⁰³ Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

D. Definisi operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang menjadikan variabel penelitian yang digunakan menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan pengukuran variabel-variabel penelitian.¹⁰⁴

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Religiusitas (X ₁)	Religiusitas merupakan suatu tingkat keberagaman seseorang terhadap agama yang dianutnya.	1. Ideologi 2. Pengalaman 3. Pengetahuan 4. Konsekuensi. ¹⁰⁵
Celebrity Endorser (X ₂)	Celebrity Endorser adalah seorang tokoh yang sudah dikenal masyarakat luas yang menjadi juru bicara	1. Mendukung produk ini 2. Menggunakan produk ini

¹⁰¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 60.

¹⁰² Sugiyono, 61.

¹⁰³ Sugiyono, 61.

¹⁰⁴ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 27.

¹⁰⁵ Sri Wulandari, "Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo)", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara* 4, no. 1 (2021): 23, <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/3006>.

	untuk menyampaikan suatu informasi mengenai sebuah produk yang didukungnya.	3. Menyarankan menggunakan produk ini 4. Menggunakan produk dalam kesehariannya. ¹⁰⁶
Label Halal (X ₃)	Label Halal adalah pencantuman gambar maupun tulisan halal pada kemasan produk untuk mengetahui kehalalan suatu produk.	1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi keduanya 4. Sesuatu yang melekat pada kemasan. ¹⁰⁷
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian merupakan proses dimana seseorang harus memilih salah satu dari beberapa pilihan alternatif sesuai keinginannya	a. Pilihan produk b. Pilihan merek c. Pilihan penyalur d. Waktu pembelian e. Jumlah pembelian. ¹⁰⁸

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah pengukuran yang digunakan untuk mengukur kevalidan atau ketepatan suatu instrument penelitian. Instrument dinyatakan valid apabila instrument tersebut mampu dipakai untuk mengukur sesuatu yang akan diukur. Uji validitas perlu dilakukan terhadap instrument penelitian yang dibuat dari kuesioner. Pengujian dilakukan menggunakan nilai signifikansi 0.05, apabila r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka indikator tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila r hitung $<$

¹⁰⁶ Habibah, dkk, "Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor)", *Iqtishoduna* 7, no. 2 (2018): 240.

¹⁰⁷ Tengku Putri Lindung Bulan, dkk, "Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa", *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 6, no. 2 (2017): 732-733.

¹⁰⁸ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 74-75.

r tabel atau bernilai negatif, maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.¹⁰⁹

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur merupakan keajegan atau ketetapan alat ukur untuk mengukur apa yang hendak diukur. Setiap alat ukur yang dipakai akan menghasilkan hasil yang tetap. Pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai *Cronbach Alpha* (α), dimana suatu instrument dikatakan reliable jika memiliki *Cronbach Alpha* (α) > 0,70. Sebaliknya apabila memiliki *Cronbach Alpha* (α) < 0,70 maka suatu instrument dikatakan tidak reliable.¹¹⁰

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹¹¹ Penyebaran kuesioner dapat dilakukan secara langsung maupun melalui google form. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan sebagai tolak ukur sikap dan pendapat individu terhadap gejala sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang hendak diukur akan dijelaskan menjadi indikator variabel selanjutnya dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan suatu pertanyaan maupun pernyataan. Jawaban dari setiap pertanyaan maupun pernyataan dalam skala *likert* memiliki tingkatan mulai dari sangat baik hingga sangat tidak baik dari setiap pertanyaan maupun pernyataan diberikan skor sebagai berikut:¹¹²

Sangat setuju (SS)	(5)
Setuju (S)	(4)
Netral (N)	(3)
Tidak setuju (TS)	(2)
Sangat tidak setuju (STS)	(1)

¹⁰⁹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 63-64.

¹¹⁰ Riyanto dan Hatmawan, 75.

¹¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 199.

¹¹² Sugiyono, 134-135.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pencarian data yang terkait dengan variabel. Hasil dari dokumentasi penelitian tersebut dapat berupa bukti-bukti yang jelas berupa catatan, buku, foto, maupun data-data yang diambil dari objek penelitian. Peneliti bisa memakai kata-kata bebas apabila ingin mencatat sesuatu yang tidak diketahui pada daftar variabel.¹¹³

3. Wawancara

Wawancara adalah teknik mengumpulkan data yang ingin dicari peneliti sesuai kebutuhan melalui tanya jawab atau tatap muka antara peneliti dengan narasumber. Kegiatan wawancara terbagi atas dua macam yaitu wawancara terstruktur ataupun tidak terstruktur. Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan dengan mempersiapkan daftar pertanyaan agar peneliti mengetahui secara pasti informasi yang diinginkan. Sebaliknya, wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara bebas dan hanya menggunakan poin-poin yang dibutuhkan untuk mencari informasi.¹¹⁴ Dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti memakai teknik analisis dengan metode kuantitatif yaitu dengan menyampaikan dan menganalisis serta menggabungkan data yang telah didapat untuk membuktikan pengaruh religiusitas, celebrity endorser, dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen produk skincare Ms Glow pada muslim generasi millennial studi kasus Ms Glow Juwana.

1. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang didapat distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas yang dapat dilakukan adalah uji kolmogorov-smirnov. Uji normalitas data dilakukan melalui perhitungan nilai kemaknaan (p) $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai (p) $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.¹¹⁵

¹¹³ Siyoto dan Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 77-78.

¹¹⁴ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020).

¹¹⁵ Riyanto dan Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, 81-85.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas yang terdapat dalam model regresi. Cara mengetahui terjadinya gejala multikolinearitas atau tidak yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Apabila nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.¹¹⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varian residual yang berbeda dalam model regresi di setiap penelitian. Regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹⁷ Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode koefisien korelasi Spearman's rho. Uji koefisien korelasi Spearman's rho adalah uji yang mengkorelasikan variabel bebas dengan residualnya. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan jika korelasi antara residual dengan variabel bebas nilai signifikansi > 0.05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.¹¹⁸

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan hubungan dari dua variabel atau lebih dimana variabel yang satu tergantung pada variabel yang lain.¹¹⁹ Berikut adalah rumus yang digunakan dalam regresi berganda.¹²⁰

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : keputusan pembelian

a : konstanta

b_1, b_2, b_3 : koefisien regresi (untuk variabel 1, 2 dan 3)

X_1 : religiusitas

X_2 : *celebrity endorser*

X_3 : label halal

e : error

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

¹¹⁶ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), 116-121.

¹¹⁷ Purnomo, 125.

¹¹⁸ Purnomo, 125.

¹¹⁹ Duli, 171.

¹²⁰ Firdaus, *Metodologi penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0* (Riau: CV. Dotplus, 2021), 73.

Koefisien determinan bertujuan untuk menjadi tolak ukur seberapa jauh hubungan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X. Nilai R^2 adalah dari 0 hingga 1. Jika R^2 sama dengan 0, maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Apabila besarnya R^2 mendekati angka 1, maka variabel X berpengaruh sempurna terhadap variabel Y.¹²¹

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel-variabel secara bersama-sama. Uji F dilakukan guna menguji kelayakan data. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F yaitu:

H_0 = tidak memenuhi kelayakan

H_a = memenuhi kelayakan

Kriteria dalam uji F Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.¹²²

c. Uji t (Parsial)

Uji t merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel-variabel secara parsial dengan taraf signifikansinya sebesar 5%.

H_0 = tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

H_a = ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Pengujian ini dapat dilakukan dengan membandingkan kriteria yang digunakan dalam uji ini jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima. Sebaliknya, jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak. Atau jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima.¹²³

¹²¹ I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori, penerapan, Dan Riset nyata* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 101.

¹²² Jaya, 100.

¹²³ Jaya, 100-101.