

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjeniskan penelitian lapangan deskriptif. Penelitian deskriptif yakni metode yang digunakan dalam melakukan penelitian status kelompok, manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun peristiwa yang terjadi di masa sekarang. Penelitian deskriptif digunakan untuk pengujian hipotesis, yakni mengungkapkan suatu variabel sejalan dengan keadaan terkini disaat menjalankan penelitian.¹

Sementara pendekatan pada penelitian ini yakni pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ialah suatu penelitian yang dalam proses pelaksanaannya banyak menggunakan angka-angka dalam pengolahan data, penafsiran, sampai dengan interpretasi dan penarikan kesimpulannya. Dalam pemaparannya, penelitian kuantitatif cenderung menampilkan dan memakai angka-angka dengan tabel, grafik dan tampilan lainnya.²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono,³ populasi yakni wilayah penyamarataan atasi dari subjek dan objek yang menjadi kuantitas dan identitas tertentu yang diputuskan guna dipelajari dan disimpulkan. Yang termasuk dalam populasi antara lain sekumpulan elemen individual, objek, atau peristiwa yang berkaitan dengan identitas yang spesifik dan menjadi target generalisasi yang diputuskan oleh peneliti.⁴ Populasi pada penelitian ini adalah konsumen muslim yang pernah membeli kosmetik dan skincare Laigene yang jumlahnya tidak diketahui.

¹ Martin Bulmer, *Field Research Sourcebook and Manual Field* (London: Routledge, 2003), 3.

² Suryani and Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 109.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 72.

⁴ Sandu Suyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), 63.

2. Sampel

Sampel yakni teknik mengambil sampel pada sebagian populasi. Penelitian dengan memanfaatkan Teknik mengambil sampel yang lebih untung daripada memakai populasi. Pemakaian sampel haruslah akurasi dan cerminan kondisi terkini dari populasi itu. Maksudnya kesimpulan yang dihasilkan atas sampel ialah kesimpulan dari populasi.⁵

Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Berikut perhitungan sampel berdasarkan taraf kesalahan berdasarkan Sugiyono:⁶

**Tabel 3. 1
Sampel Penelitian**

N	S		
	1%	5%	10%
850000	663	348	271
900000	663	348	271
950000	663	348	271
1000000	663	348	271
∞	664	349	272

Populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga. Jika dihitung memakai taraf kesalahan 10%, maka pemakaian sampel pada penelitian kali ini sebesar 272 responden.

C. Definisi Operasional Variabel

Pengukuran variabel penelitian bisa diketahui dari tabel berikut:

**Tabel 3.2
Variabel Operasional**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Referensi
Kesadaran Halal (X1)	Kesadaran halal yakni yakni tingkatan	1) Pemahaman atau pengetahuan	Skala Likert	Premi Wahyu Widyaningrum “Pengaruh

⁵ Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), 362.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 258.

	wawasan yang dimiliki oleh individu muslim dalam mencari dan mengonsumsi produk halal yang sesuai dengan syariat Islam. ⁷	2) Sadar akan halal 3) Kebersihan dan keamanan produk.	Keterangan : 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju	Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan <i>Celebrity Endorser</i> pada Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)
Harga (X2)	Harga yakni nilai atas produk maupun jasa yang dengan pengukuran atas apa dikeluarkan oleh konsumen guna mendapati sejumlah kombinasi barang	1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3) Daya saing harga 4) Kesesuaian harga dengan manfaat 5) Harga bisa mengena	Skala Likert Keterangan : 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju	Meithiana Indrasari, "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan", (Surabaya: Unitomo Press. 2019)

⁷ Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)," *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 2 (2019): 79.

	maupun jasa. ⁸	ruhi pembeli dalam penentuan keputusan.		
Kepercayaan Merek (X3)	Kepercayaan merek yakni keahlian merek agar dipercayai yang berasal pada kepercayaan pembeli bahwasannya produk itu bisa memenuhi nilai yang dijanjikan juga intensi baik merek yang berdasar pada kepercayaan konsumen bahwasannya merek bisa memenuhi kepentingan konsumen. ⁹	1) <i>Brand Reliability</i> 2) <i>Brand Intentions</i>	Skala Likert Keterangan : 1) Sangat Tidak Setuju 2) Tidak Setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat Setuju	E. Delgado and J. L Manuera, “Does Brand Trust Matter to Brand Equality,” <i>Journal of Product and Brand Management</i> 14, no. 3 (2005)
Citra Merek (X4)	Citra merek yakni rangkaian asosiasi merek yang terbentuk	1) Citra merek terpercaya 2) Citra merek mempertinggi konsumen (<i>Prestige</i>)	Skala Likert Keterangan :	L. G. Schiffman and L. L. Kanuk, <i>Consumer Behaviour</i> , 8th ed. (New

⁸Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, 36.

⁹Delgado and Manuera, “Does Brand Trust Matter to Brand Equality”, 186.

	dalam pikiran pelanggan. ¹⁰	3) Citra merek lebih unggul.	1) Sangat Tidak Setuju 2) Tidak Setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat Setuju	Jersey: Prentice Hall, 2008)
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian merupakan rangkaian proses penyelesaian masalah yang tersusun atas pengenalan atau menganalisa suatu keinginan, kebutuhan, pencarian informasi, menilai sumber-sumber yang diseleksi pada alternatif pembelian, ¹¹	1) Kemantapan 2) Membeli merek yang disukai 3) Kebutuhan dan keinginan 4) Rekomendasi Pembelian	Skala Likert Keterangan : a. Sangat Tidak Setuju b. Sangat Setuju c. Netral d. Setuju e. Sangat Setuju	P. Kotler and K. L. Keller, <i>Manajemen Pemasaran</i> (Jakarta: Erlangga, 2008)

D. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian yakni aktivitas pengujian hipotesis. Maksudnya variabel dipakai dalam pengujian keselarasan diantara

¹⁰ L. G. Schiffman and L. L. Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 2nd ed. (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2007), 135.

¹¹ P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 166-189.

teori dan fakta empirisnya. Variabel bisa berupa apapun yang ditentukan guna dipelajari dan disimpulkan.¹² Variabel yang dipakai pada penelitian bisa didefinisikan, yaitu:

- a. Variabel Bebas (Variabel Independen)
Variabel bebas dalam penelitian ini ialah Kesadaran Halal, Harga, Kepercayaan Merek dan Citra Merek.
- b. Variabel terikat (variabel dependen)
Variabel terikat pada penelitian ini yakni keputusan pembelian

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner/Angket merupakan pengelompokan data penelitian yang pada keadaan tertentu tidak diperlukannya peneliti untuk hadir. Pertanyaan peneliti dan jawaban responden bisa dikemukakan secara tertulis dalam bentuk kuesioner. Teknik ini memberi tanggungjawab pada responden supaya membaca dan menjawab pertanyaannya.¹³

Untuk keperluan analisis kuantitatif dalam kuesioner dimasukkannya ke dalam skala *likert* skor 1-5 dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. Sangat setuju : skor 5
- b. Setuju : skor 4
- c. Netral : skor 3
- d. Tidak setuju : skor 2
- e. Sangat tidak setuju : skor 1.¹⁴

2. Observasi

Observasi yakni metode pengelompokan data yang mana peneliti melakukan pencatatan informasi yang mereka saksikan selama penelitian. Penyaksian pada fenomena-fenomena itu bisa dijalankan dengan penginderaan, yang nantinya dicatatnya seobjektif mungkin.¹⁵ Observasi ialah proses mencatat pola perilaku subjek, objek, atau kejadian yang sistematis tanpa adanya komunikasi dengan responden yang ditelitinya. Metode observasi

¹²Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 47.

¹³ Indriantoro dan Supomo, *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, 71.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 132.

¹⁵ W Gulo dan Yovita Hardiwati, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002).

bisa mendapatkan data yang terperinci terkait perilaku (subjek), benda atau kejadian (objek) dibandingkan dengan metode survei.¹⁶

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dimanfaatkan dalam penganalisisan kebenaran instrument penelitian sebagai pengukur variabel. Kebenaran atas hasil suatu instrument tergantung dari instrumennya. Jika sudah tersusun instrument tersebut, maka akan disebarluaskan pada responden, setelah itu bisa dilaksanakan pengujian secara statistic. Kolerasi ialah Teknik yang sering dipakai dalam pengujian instrumen.¹⁷ Kevalidan instrument terletak pada bisa tidaknya instrument tersebut untuk mengukur sesuatu. Uji validitas tidak berlaku secara umum, maksudnya ialah kondisi tertentu suatu instrument pada masa dan tempat tertentu yang menjadikan tinggi rendahnya nilai validitasnya ditempat yang berbeda.¹⁸

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yakni alat pengukuran ketetapan suatu instrument. Maksudnya alat pengukuran dipakai kapanpun memperoleh hasil yang tetap tidak berubah. Pada pengujian reabilitas dapat merujuk pada nilai *Cronbach Alpha* (α), yang mana suatu kontruks atau variabel disebut reliabel bila mempunyai $\alpha > 0,70$.¹⁹

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yakni pengujian dengan tujuan melakukan penganalisisan dengan hasil normal tidaknya regresi pada nilai residual. Model regresi yang baik terlihat dari nilai residual yang berdistribusi normal. Metode pengujian normalitas bisa diketahui dari pola penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of*

¹⁶ Indriantoro dan Supomo, *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, 73.

¹⁷ Azuar Junaidi, Irfan, and Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*, (Medan: UMSU Press, 2014), 76.

¹⁸ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Sleman: Deepublish, 2020), 63.

¹⁹ Riyanto and Hatmawan, 75.

regressions standardized. Dalam penelitian ini memanfaatkan uji normalitas *one sample kolomogorov smirnov*. Pengujian dilakukan untuk mendapati distribusi data mengarah pada distribusi normal, *poisson*, *uniform*, dan *exponential*. Residual disebut normal bila nilai signifikansi $> 0,05$.²⁰

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas memiliki fungsi guna mendapati terdapat tidaknya korelasi diantara variabel bebas pada model regresi. Tidak terdapatnya multikolonearitas ialah syarat utama yang wajib dipenuhi. Pengujian ini bisa menggunakan beberapa metode seperti: (a) dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi, (b) perbandingan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara bersamaan (R^2), dan (c) dengan melihat nilai *eigen value* dan *condition index*. Metode kali ini, menggunakan cara meregresikan disetiap variabel-variabel independen, dengan harapan guna mendapati nilai koefisien r^2 untuk setiap variabel yang diregresikan. Nilai r^2 nantinya dilakukan perbandingan dengan nilai koefisien determinasi R^2 . Prasyarat pengujianya yakni $r^2 > R^2$ mengalami multikolinieritas, dan $r^2 < R^2$ tidak mengalami multikolinieritas.²¹

c. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas yakni keadaan ketidaksetaraan disetiap peneliti atas nilai variannya. Keadaan homoskedastisitas terjadi bila terjadi kesamaan disetiap peneliti atas nilai variannya. Regresi yang tidak mengalami keadaan heteroskedastisitas ialah regresi yang baik. Landasan dari ada tidaknya gejala heteroskedastisitas pada pengujian ini ditandai dengan nada atau suatu pola tertentu yang ditunjukkan pada grafik scatterplot.²²

²⁰Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), 108.

²¹Eng. Yeri Sutopo and Achmad Slamet, *Statistik Inferensial*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017), 107.

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 134.

G. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linear berganda dimanfaatkan guna meramalkan turun naiknya kondisi variabel dependen, bila didapati dua atau lebih variabel independen sebagai faktor peramal diturun naikkan (nilainya dimanipulasi).²³ Analisis linear berganda yakni alat yang memprediksi adanya pengaruh variabel independen atas satu variabel dependen.²⁴ Turun naiknya nilai variabel independen dan bernilai positif atautkah negative diantara variabel independen atas variabel dependen. Dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Yang mana:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Kostanta
b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefisiensi Regresi
X_1	= Kesadaran Halal
X_2	= Harga
X_3	= Kepercayaan Merek
X_4	= Citra Merek
e	= Standar Error. ²⁵

2. Determinasi Koefisien (r^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimanfaatkan guna melakukan pengukuran besar kecilnya variabel bebas yang andil pada variabel terikat,²⁶ dan pula untuk mendapati presentase kontribusi pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersamaan pada variabel dependen (Y). Koefisien determinasi (R^2) yakni taraf yang dimanfaatkan guna menguatkan analisis hubungan diantara variabel. Koefisien determinasi (R^2) menyediakan informasi terkait keragaman disekitas nilai tengah Y yang bisa didefinisikan oleh model regresi dugaan. Taraf ini selalu dinyatakan dalam bentuk presentase. Kisaran nilai R^2 adalah 0 sampai 1 ($0 \leq r^2 \leq 1$) ataudari 0% -100%. Semakin besar nilai R^2 semakin besar pula kemampuan model regresi dugaan mendefinisikan keragaman data sampel.²⁷

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 275.

²⁴ Anting Soemantri and Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistiska dalam Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 250.

²⁵ Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 61.

²⁶ Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya*, 1st ed. (Yogyakarta: Andi, 2010), 89.

²⁷ Dewi Sri Susanti, Yuana Sukmawaty, and Nur Salam, *Analisis Regresi dan Kolerasi*, (Malang: CV. IRDH, 2019), 53.

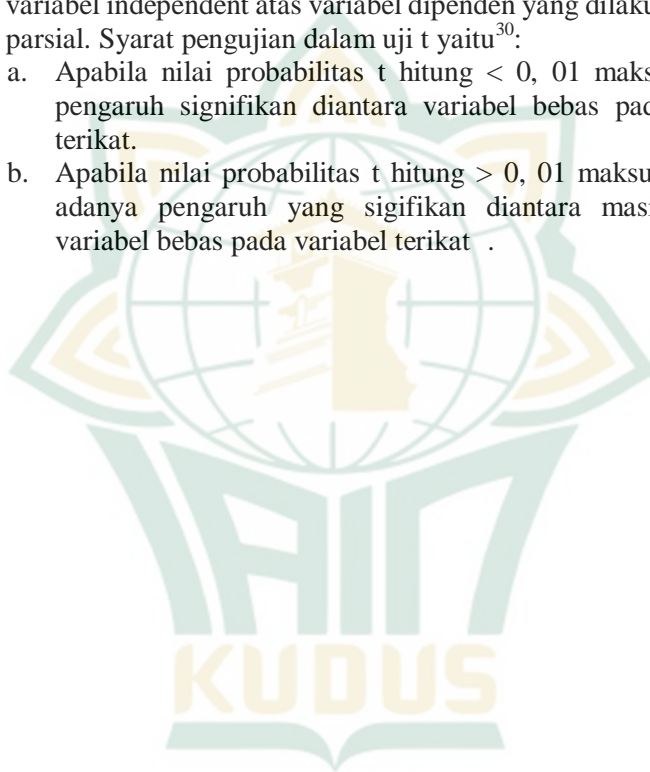
3. Uji F Simultan

Uji F yakni pengujian yang dilaksanakan guna mendapati slope (koefisien parameter) secara simultan tidak sama atau sama dengan nol secara bersamaan. Bila nilai $F\text{-stat} > F\text{-table}$ diartikan H_0 ditolak.²⁸ Bila H_1 diterima, maksudnya ialah tidak adanya pengaruh variabel X pada variabel Y, dan sebaliknya²⁹.

4. Uji t Parsial

Uji parsial dimanfaatkan guna mendapati adanya pengaruh variabel independent atas variabel dependen yang dilakukan secara parsial. Syarat pengujian dalam uji t yaitu³⁰:

- Apabila nilai probabilitas t hitung $< 0,01$ maksudnya ada pengaruh signifikan diantara variabel bebas pada variabel terikat.
- Apabila nilai probabilitas t hitung $> 0,01$ maksudnya tidak adanya pengaruh yang signifikan diantara masing-masing variabel bebas pada variabel terikat .



²⁸Said Kelana Asnawi and Chandra Wijaya, *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), 261.

²⁹Suyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 66.

³⁰Lina Asmara Wati and Mimit Primyastanto, *Ekonomi Produksi Perikanan dan Kelautan Modern Teori dan Aplikasinya*, (Malang: UB Press, 2018), 206.