

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Metode yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif yang melibatkan pengumpulan dan analisis data berbasis angka atau kuantitas, untuk meramalkan kondisi populasi atau kecenderungan masa depan.¹

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sebuah data yang dicatat dan dikumpulkan pertama kali oleh peneliti berupa data mentah yang diambil langsung tanpa perantara.² Data primer diperoleh melalui metode survei penyebaran kuesioner kepada responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yaitu literatur artikel yang berkaitan dengan penelitian ini.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Jepara Provinsi Jawa Tengah. Kota Jepara terdiri dari berbagai kecamatan. Responden yang dituju yaitu Generasi Z yang memakai produk Wardah yang lahir pada rentang tahun 1996-2005 atau berusia 17-26 tahun. Penelitian ini dimulai dari Desember 2021 sampai Desember 2022 dari tahap prasurvei hingga dilaksanakan tindakan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga bisa meliputi obyek dan benda-benda alam yang lain. populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki subyek/obyek tersebut.³ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang memakai produk Wardah di Jepara.

¹ Abdul Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021), 14.

² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 104.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

2. Sampel

Sebuah sampel harus benar-benar representatif (mewakili) populasi karena sampel dihitung berdasarkan jumlah dan karakteristik populasi.⁴

Dikarenakan tak ada kepastian mengenai jumlah populasi dalam riset ini, penentuan ukuran sampel dilakukan dengan melakukan perkiraan proporsi sampel minimal. Perhitungan sampel dirumuskan sebagai berikut:⁵

$$n = \left[\frac{Z^2 a / 2}{4e^2} \right]$$

Di mana:

n : jumlah sampel
Z : area dibawah kurva normal
e : error

Perhitungan sampel:

Pada penelitian ini proporsi sampel generasi Z yang menggunakan produk Wardah di Kota Jepara akan diperkirakan oleh peneliti. Minimal jumlah sampel yang harus ditetapkan dengan tingkat *error* sebesar 0,10 :

$\alpha = (100\% - 95\%) = 5\%$, jadi $Z_{\alpha/2} = 1,96$

$e = 0,10$

$$n = \left[\frac{Z^2 a / 2}{4e^2} \right]$$

$$n = \left[\frac{1,96^2}{4(0,10)^2} \right] = 96,04$$

Agar penelitian ini lebih baik, maka dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 orang. Alasan sampel dibulatkan ke 100 karena jika salah satu kuesioner terdapat data yang kurang valid maka bisa menggunakan isian kuesioner yang lebih tersebut dan juga untuk mempermudah peneliti dalam pengolahan data.⁶

Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 81.

⁵ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 84.

⁶ Jilhansyah Ani dkk., "Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado" *Jurnal EMBA* 9, no. 2 (2021): 667.

populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁷ Teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan dengan pertimbangan atau kriteria tertentu.⁸ Kriteria sampel dilihat berdasarkan:

- a. Generasi Z yang memiliki produk Wardah
- b. Generasi Z pernah membeli dan memakai produk Wardah

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam (variasi) nilai. Konsep menggambarkan suatu fenomena secara abstrak yang dibentuk dengan cara membuat generalisasi terhadap sesuatu yang khas (unik), seperti: kepuasan, perilaku, sikap, niat.⁹

1. Variabel Dependen

Variabel terikat adalah variabel yang dikendalikan oleh variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

2. Variabel Independen

Dalam konteks ini adalah aspek yang dapat diubah atau dimanipulasi untuk melihat dampaknya pada variabel terikat.¹⁰ yaitu:

- a. Sertifikasi Halal (X_1)
- b. *Beauty Influencer* (X_2)
- c. Diferensiasi Produk (X_3)

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Referensi	Skala
1.	Sertifikasi Halal (X_1)	Sarana komunikasi yang efektif kepada konsumen	a. Terdapat logo halal dalam kemasan produk b. Pemahaman	Eka Dyah Setyaningsih, dan Sofyan Marwansyah. <i>"The effect of halal"</i>	Like rt 1-5

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 84.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 85.

⁹ Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 42.

¹⁰ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 50.

		<p>agar memudahkan konsumen memilah makanan halal lebih mudah.</p>	<p>tentang logo halal</p> <p>c. Pengetahuan mengenai perbedaan logo halal yang asli dan logo palsu</p> <p>d. Kepercayaan mengonsumsi produk halal</p> <p>e. Produk bersertifikat halal berkualitas</p>	<p><i>certification and halal awareness through interest in decisions on buying halal food products.</i>" Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking 3 no. 1 (2019): 66.</p>	
2.	<p><i>Beauty Influencer (X₂)</i></p>	<p>Bentuk strategi pemasaran digital dengan menggunakan strategi <i>influencer marketing</i>. <i>Beauty influencer</i> berfokus pada produk kecantikan seperti kosmetik.</p>	<p>a. <i>Truthworthiness</i> (dapat dipercaya)</p> <p>b. <i>Expertise</i> (keahlian)</p> <p>c. <i>Attractiveness</i> (daya tarik fisik)</p> <p>d. <i>Respect</i> (kualitas dihargai)</p> <p>e. <i>Similarity</i> (Kesamaan dengan <i>audience</i> yang dituju)</p>	<p>Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal dan <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo)." <i>JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)</i> 6 no. 2 (2017): 88-89.</p>	<p>Like rt 1-5</p>
3.	<p>Diferensiasi Produk (X₃)</p>	<p>Produk perusahaan yang harus didesain</p>	<p>a. Bentuk dan desain</p> <p>b. Fitur atau atribut</p>	<p>Yudi Pramudiana dkk., <i>Business</i></p>	<p>Like rt 1-5</p>

		berbeda dengan produk pesaingnya untuk memperjelas identitasnya a.	c. Kualitas kinerja d. Kualitas kenyamanan e. Keawetan	<i>Plan</i> (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 46.	
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Fase dimana pembeli melakukan evaluasi, diikuti dengan pembentukan preferensi atau prioritas antara merek-merek produk dalam berbagai pilihan yang tersedia.	a. Kemantapan pada sebuah produk b. Kebiasaan dalam membeli produk c. Memberikan rekomendasi pada orang lain d. Melakukan pembelian ulang	Philip Kotler dan Keller, <i>Manajemen Pemasaran Edisi 13</i> (Jakarta: Erlangga, 2012), 154.	Like rt 1-5

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah untuk menyatakan sejauh mana data yang didapatkan melalui instrumen penelitian (dalam hal ini kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur.¹¹

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai R hitung dengan R tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ dengan

¹¹ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 256.

signifikansi 0,05 pada uji satu arah, n dalam hal ini mewakili jumlah sampel. Pernyataan valid atau tidaknya dapat dilakukan dengan membandingkan r tiap butir data pada kolom *Corrected Item Total Correlation* dengan hasil R tabel, jika R hitung > R tabel maka dinyatakan valid.¹²

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur itu digunakan berulang kali.¹³ Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁴

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Pada aplikasi SPSS terdapat fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.¹⁵

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan atau tidaknya korelasi antar variabel independen dengan model regresi penelitian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antara variabel independen.¹⁶ Apabila korelasi antar variabel tinggi, data harus dievaluasi dan variabel independen yang mirip dapat diganti atau dihilangkan. Ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dideteksi dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah angka 10.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Ketiga* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 45.

¹³ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 256.

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 41.

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 42.

¹⁶ Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial* (Kudus: Media Ilmu Press, 2010, 123-125.

homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁷

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui uji Glejser dan mengamati pola titik pada pada Grafik Plot dengan kriteria:¹⁸

- a. Pada Grafik Plot jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
 - b. Pada uji Glejser dapat dilakukan menggunakan aplikasi SPSS. Heteroskedastisitas dapat terjadi apabila nilai signifikansi $< 0,05$.
3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data populasi berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk menguji keterikatan antara model regresi variabel terikat dan variabel bebas. Uji normalitas dapat dilihat dari *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika titik-titik mendekati garis diagonal dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.¹⁹

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.²⁰ Dalam penelitian ini angket yang disebarakan berisi pertanyaan tertutup. Angket disebarakan kepada Generasi Z yang memakai produk Wardah di Jepara sebagai responden penelitian.

Pada penelitian ini angket disusun menggunakan skala likert 1-5. Dalam hal ini, responden diminta merespon pernyataan yang berkaitan dengan variabel yang sedang diukur.²¹ Setiap pernyataan diberikan pilihan jawaban guna mendapatkan data yang subjektif. Berikut skor tiap jawaban:

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Dinopegoro, 2013), 134.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*, 134-138

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan program SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 83.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 142.

²¹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 59.

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

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan sebuah cara yang dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data yang dapat digunakan dalam penelitian bisa berupa laporan keuangan, struktur organisasi, data produksi, riwayat hidup, riwayat perusahaan, dan sebagainya.²² Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, penelitian sejenis, dan informasi lain yang dapat digunakan dalam menunjang penguatan data penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia.²³ Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini meliputi berikut:

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda karena variabel bebas yang digunakan lebih dari dua variabel.²⁴ Teknik analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sertifikasi halal (X_1), *beauty influencer* (X_2), dan diferensiasi produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Berikut rumus analisis regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots b_nX_n$$

Di mana:

Y	= Keputusan Pembelian
X_1	= Sertifikasi Halal
X_2	= <i>Beauty Influencer</i>
X_3	= Diferensiasi Produk

²² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 114.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 243.

²⁴ Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 91.

- α = konstanta
- b_1 = koefisien regresi sertifikasi halal
- b_2 = koefisien regresi *beauty influencer*
- b_3 = koefisien regresi diferensiasi produk

2. Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.²⁵ Pengujian ini dilakukan satu per satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Untuk menentukan t_{tabel} dapat dicari pada derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$, dimana n adalah sampel, k adalah jumlah variabel independen. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- c. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- d. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikan $0,05$.²⁶ Dalam penelitian ini uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel sertifikasi halal, *beauty influencer*, dan diferensiasi produk berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap keputusan pembelian. Kriteria pengujian:

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- c. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- d. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

4. Menghitung Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.²⁷ Persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*, 171.

²⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 67.

²⁷ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 136.

Kriterianya yaitu:

- a. Jika R^2 mendekati satu atau semakin besar, maka perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan variabel bebas (X) semakin tinggi.
- b. Jika R^2 mendekati nol atau semakin kecil, maka perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan variabel bebas (X) semakin rendah.²⁸



²⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2009), 164.