

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati serta meneliti keadaan langsung di lapangan.¹ Dalam melakukan penelitian lapangan, peneliti akan terlibat langsung dengan keadaan di lapangan guna mencari data yang diperlukan dan menjawab permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang kongkrit mengenai pengaruh *country of origin*, labelisasi halal, dan *beauty vlogger* terhadap keputusan pembelian kosmetik pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis tahun 2017 Universitas Muria Kudus. Dan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif yakni mengolah dan menganalisis data yang diperoleh dalam bentuk angka.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian berisi mengenai lokasi dan waktu penelitian dilaksanakan. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muria Kudus dengan mengambil populasi konsumen kosmetik yaitu mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis yang terdiri dari program studi manajemen dan akuntansi tahun 2017. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2020 sampai bulan Juni 2021.

C. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau obyek tersebut.² Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para

¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2012), 115.

konsumen kosmetik yaitu mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis tahun 2017 Universitas Muria Kudus.

Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).³ Apabila sampel yang diambil tidak representatif maka hasilnya tidak bisa dipertanggung jawabkan.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampling *purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁴

Pada penelitian ini peneliti mengambil jumlah populasi sebanyak 498 orang. Dalam penelitian ini pengambilan sampel didasarkan pada pendekatan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:⁵

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

Keterangan

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = prakiraan tingkat kesalahan, 0.05 atau 5%

Perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{451}{1 + 451 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{451}{2,1275}$$

$$n = 211,99$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 212 orang.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 116.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 120-122.

⁵ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis (Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis)* (Bandung: Alfabeta, 2014), 84.

untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen dan variabel dependen.

Variabel independen disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel ini yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶ Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 3 variabel, yaitu: *Country of Origin* (X_1), Labelisasi Halal (X_2), dan *Beauty Vlogger* (X_3).

Sedangkan variabel dependen disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel ini yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁷ Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Untuk mempermudah dan memperjelas maksud dari variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Adapun definisi operasinal dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	<i>Country of Origin</i> (X_1)	Asosiasi dan kepercayaan mental yang dipicu oleh suatu negara. ⁸	1) Inovasi negara dalam berproduksi 2) Tingkat kemajuan teknologi negara asal merek 3) Desain produk 4) Kreativitas berproduksi 5) Kualitas produksi 6) <i>Prestige</i> atau gengsi yang dimiliki negara asal merek 7) Citra negara asal	Likert

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 59.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 59.

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 338.

			merek	
2	Labelisasi Halal (X₂)	Pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk halal. ⁹	1) Keamanan (<i>safety</i>) 2) Nilai keagamaan (<i>religious value</i>) 3) Kesehatan (<i>health</i>) 4) Kekhususan (<i>exclusivity</i>)	Likert
3	Beauty Vlogger (X₃)	<i>Influencer</i> kecantikan yang berbagi informasi dan mengajarkan keterampilan tertentu serta menggambarkan bagaimana cara melakukan sesuatu dengan konten melalui klip video yang di <i>posting</i> pada <i>platform</i> YouTube. ¹⁰	1) Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>) 2) Keahlian (<i>Expertise</i>) 3) Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>) 4) Kualitas dihargai (<i>Respect</i>) 5) Kesamaan (<i>Similarity</i>)	Likert
4	Keputusan Pembelian (Y)	Tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak	1) Pengenalan masalah 2) Pencarian informasi	Likert

⁹ Ratih, *Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian pada Kosmetik Berlabel Halal*, 69.

¹⁰ Rumondang dan Andriani, *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk*, 190.

		terhadap produk. ¹¹	3) Evaluasi alternative	
			4) Keputusan pembelian	
			5) Perilaku pasca pembelian	

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Instrumen penelitian yang baik harus memenuhi dua uji yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.¹² Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Uji validitas yaitu uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dinyatakan valid jika ada korelasi yang signifikan dengan skor totalnya. Dalam penelitian ini uji validitas item menggunakan metode analisis Korelasi *Pearson* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung $\geq$ r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid.¹³

Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, artinya apakah alat ukur yang digunakan akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika dilakukan pengukuran kembali. Metode yang sering digunakan untuk mengukur skala rentangan (skala *Likert*) adalah *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk dalam pengujian adalah item yang valid saja. Suatu alat ukur dapat dikatakan reliabel

¹¹ Shilachul Alfinul Alim, dkk., *Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim*, 130.

¹² Albert, *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*, 89.

¹³ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: WADE Group, 2016), 65.

jika mempunyai nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,70$ dan sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,70$ maka instrumen tidak reliabel.¹⁴

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengungkap atau menjangir informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan lingkup penelitiannya.¹⁵ Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁶ Dalam hal ini peneliti memberikan kuesioner kepada responden yaitu konsumen kosmetik pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis tahun 2017 Universitas Muria Kudus tentang pengaruh *country of origin*, labelisasi halal, dan *beauty vlogger* terhadap keputusan pembelian kosmetik.

Model skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner ini adalah model skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena.¹⁷ Adapun alternatif jawaban dan skor dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Jawaban sangat setuju diberi skor 5.
- Jawaban setuju diberi skor 4.
- Jawaban netral diberi skor 3.
- Jawaban tidak setuju diberi skor 2.
- Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1.

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 48.

¹⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 93.

¹⁶ V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 94.

¹⁷ Sumanto, *Teori dan Aplikasi Penelitian* (Yogyakarta: CAPS, 2014),

2. Observasi

Observasi merupakan suatu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian.¹⁸ Teknik observasi dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengamatan secara langsung ke obyek penelitian yaitu kepada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis tahun 2017 Universitas Muria Kudus yang menjadi konsumen kosmetik.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan data yang diperoleh melalui jurnal ilmiah, buku, serta sumber lain yang berkaitan erat dengan topik yang dibahas dan diangkat untuk dijadikan landasan teori dalam penelitian.¹⁹

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual (pengganggu) yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji normalitas dilakukan pada nilai residualnya, bukan pada masing-masing variabel.

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-Plot of regression standardized residual. Selain metode grafik, uji normalitas juga bisa menggunakan metode uji One Sample Kolmogorov Smirnov digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data terdistribusi secara normal. Tingkat kesalahan (α) yang digunakan maksimal sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$).²⁰

¹⁸ V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 94.

¹⁹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 226.

²⁰ Rochmat, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 108-112.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi yang lebih dari satu variabel independen dimana terjadi korelasi yang kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan mengukur besar korelasi antar variabel independen. Metode yang digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas adalah dengan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.²¹ Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah Tolerance.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau sama, maka disebut homoskedastisitas. Regresi yang baik seharusnya terjadi homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan metode grafik (melihat pola titik-titik pada grafik regresi).²²

2. Uji Statistik

a. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Semakin besar nilai R^2 yang diperoleh maka semakin besar pula kinerja variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Namun, R^2 mempunyai kelemahan yaitu nilai R^2 akan meningkat apabila ada penambahan satu variabel bebas. Perubahan tersebut tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Nilai Adjusted R^2 dapat naik

²¹ Rochmat, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 116.

²² Rochmat, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 125.

atau turun apabila ada penambahan satu variabel bebas kedalam model.²³

b. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *country of origin*, labelisasi halal, dan *beauty vlogger* secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:²⁴

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji t (Parsial)

Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Adapun langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan hipotesis pengujian
- 2) Menentukan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- 3) Kriteria pengujian
 - a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.²⁵

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 95.

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 96.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 97.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan.²⁶ Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *country of origin* (X_1), labelisasi halal (X_2), dan *beauty vlogger* (X_3) terhadap keputusan pembelian kosmetik (Y). Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan rumus:

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

Keterangan:

Y	=	Variabel dependen (keputusan pembelian)
a	=	Bilangan konstanta regresi berganda
X_1	=	Variabel independen (<i>country of origin</i>)
X_2	=	Variabel independen (labelisasi halal)
X_3	=	Variabel independen (<i>beauty vlogger</i>)
b_1	=	Koefisien regresi <i>country of origin</i>
b_2	=	Koefisien regresi labelisasi halal
b_3	=	Koefisien regresi <i>beauty vlogger</i>
e	=	Error (tingkat kesalahan)

²⁶ Rochmat, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 161.