

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Menurut Sugiyono (2011), penelitian eksplanatori adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis. Pada penelitian ini variabel independen yaitu label halal dan iklan, sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan menurut metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2013) sebagai berikut : “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.2 Lokasi dan objek penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren An Najah Yayasan Mamba’ul Ma’arif Jalan Laksda Adi Sucipto No.47 Denanyar Jombang dengan objek penelitian label halal dan iklan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.

3.3 Definisi Operasional dan pengukuran variabel

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari tiga variabel independen yaitu label halal (X_1) dan iklan (X_2) serta satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) definisi operasional dari ketiga variabel tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

3.3.1 Variabel independen (X)

a. Label Halal (X_1)

Mengacu pada konsep (Bagian Proyek Sarana Haji dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggara, 2000), dalam penelitian ini label halal didefinisikan sebagai pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk kosmetik Wardah untuk menunjukkan bahwa produk kosmetik Wardah berstatus sebagai produk halal. Indikator label halal pada penelitian ini mengadopsi dari penelitian (Irawan, 2016) yaitu :

1. Tahu maksud gambar
2. Selalu memperhatikan
3. Memberi informasi keamanan
4. Informasi mempermudah konsumen
5. Memiliki pengaruh dalam pembelian
6. Menjadi pertimbangan pembelian

b. Iklan (X_2)

Mengacu pada konsep Kotler & Keller (2009) iklan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai salah satu dari komponen promosi yang paling umum digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pembeli sasaran atau masyarakat pada produk kosmetik Wardah.

Indikator iklan dalam penelitian ini mengadopsi dari penelitian Ida Ratnawati (2013) yaitu :

1. Kreativitas iklan
2. Daya tarik iklan
3. Efektivitas iklan

c. Keputusan pembelian (Y)

Mengacu pada konsep Irawan (2016), keputusan pembelian didefinisikan sebagai mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu di antaranya. Indikator pada penelitian ini mengadopsi dari penelitian (Irawan, 2016) yaitu :

1. Dipengaruhi norma agama (faktor budaya)
2. Pengaruh dari teman dan keluarga(faktor sosial)
3. Lebih memilih yang ada label halal meski harga mahal (faktor pribadi)
4. Tidak ragu apabila ada label halal (faktor psikologi)

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item pernyataan
Label halal (X ₁)	1. Tahu maksud gambar logo MUI	Saya faham maksud dari gambar logo MUI
	2. Selalu memperhatikan	Saya selalu melihat logo MUI sebelum melakukan pembelian kosmetik

Variabel	Indikator	Item pernyataan
	3. Memberi informasi keamanan	Label halal pada produk Wardah memberikan informasi keamanan kosmetik yang dijual
	4. Informasi mempermudah konsumen	Saya mudah memahami informasi tentang kehalalan produk Wardah
	5. Memiliki pengaruh dalam pembelian	Label halal pada kosmetik Wardah mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian
	6. Menjadi pertimbangan pembelian	Label halal yang ada pada produk wardah menjadi pertimbangan saya sebelum melakukan pembelian
Iklan (X ₂)	1. Kreatifitas iklan	Iklan yang ditampilkan Wardah berbeda dngan produk lain
	2. Daya tarik iklan	Iklan yang ditampilkan produk Wardah menarik
	3. Efektifitas iklan	Informasi yang disampaikan melalui iklan Wardah jelas
Keputusan pembelian (Y)	1. Dipengaruhi norma agama (faktor budaya)	Saya terbiasa menggunakan produk berlabel halal
	2. Pengaruh dari teman dan keluarga (faktor sosial)	Teman saya menggunakan produk berlabel halal
	3. Lebih memilih yang ada label halal meski harga mahal (faktor pribadi)	Saya akan membeli produk kosmetik berlabel halal meskipun lebih mahal
	4. Dipengaruhi norma agama (faktor budaya)	Dengan adanya label halal saya tidak meragukan jaminan kehalalannya

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah seluruh elemen atau individu yang akan diteliti. Menurut Supomo dan Indriantoro (2002) “Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut adalah karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh santri putri yang berjumlah 100 santri dan alumni Pondok Pesantren An Najah yang berjumlah 300

Tabel 3.2
Data responden

No	Responden	Jumlah	Presentase
1	Santri	100	0,25
2	Alumni	300	0,75
	Total	400	100

Sumber : Pondok Pesantren An Najah 2017

3.4.1 Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah sebagian yang diambil dari seluruh objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi (Notoatmodjo, 2005).

Jumlah sampel minimal dalam penelitian yang dapat mewakili untuk populasi relatif kecil adalah 20% dari populasi (Umar, 2004). Besar sampel ini diambil karena santri dan alumni di Pondok Pesantren An Najah banyak menggunakan produk kosmetik Wardah, sehingga memiliki tingkat perbedaan yang relatif kecil. Maka dalam penelitian ini, besar sampel penelitian yaitu:

$$20 \% \times 400 = 80 \text{ responden}$$

Dengan demikian, sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 80 santri dan alumni.

3.4.2 Cara Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *simple random sampling* melalui cara undian. Tujuannya agar sampel yang dipilih memiliki kesempatan yang sama dan bersifat representatif (Notoatmodjo, 2002).

3.5 Skala Pengukuran

Skala adalah perangkat ukur yang digunakan untuk mengetahui intensitas, arah atau tingkat dalam sebuah variabel yang berada pada tingkat pengukuran ordinal. Penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu pengukuran yang memungkinkan responden untuk merangking seberapa kuat mereka siap atau tidak siap terhadap pernyataan-pernyataan tertentu

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2011) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala Likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.3
Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2011)

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan diberi nilai tertentu (1, 2, 3, 4, dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total tersebut yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala Likert.

3.6 Jenis data dan Sumber Data

- a. Menurut Marzuki (2002), “Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi langsung dan survei dengan cara memberikan kuisisioner kepada para responden. Skala yang digunakan dalam kuisisioner adalah interval.
- b. Pengertian data sekunder menurut Narimawati (2008), bahwa: data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkan data. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung baik dari bukue literature, arsip-arsip dan dokumen-dokumen yang tidak dimiliki oleh instansi bersangkutan atau media lain.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data–data, informasi, keterangan yang berkaitan dengan maksud penelitian, maka penulis menggunakan beberapa cara untuk pengumpulan data primer dan data sekunder.

3.7.1 Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian dengan cara kuesioner. Teknik ini dengan pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis dengan berbagai alternatif jawaban kepada responden untuk menjawabnya. Dalam penelitian ini, kuisisioner diberikan kepada santri putri dan alumni Pondok Pesantren An Najahyang memakai produk kosmetik Wardah.

3.7.2 Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan beberapa cara, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan

Pengumpulan data yang diperoleh dengan menggunakan berbagai literatur seperti buku, majalah dan berbagai bahan yang berhubungan dengan objek penelitian.

2. Dokumentasi

Pengumpulan data yang diperoleh melalui pengkajian dan penelaahan terhadap catatan tertulis maupun dokumen – dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2013). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi sebaliknya suatu instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah. Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus koefisien korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Umar, 2003)

Dimana:

r_{XY} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor faktor

Y = Skor total

N = Banyaknya sampel

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel (Ghozali, 2016).

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji validitas instrumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Label Halal (X ₁)	X1.1	0.398	0.296	Valid
	X1.2	0.761	0.296	Valid
	X1.3	0.819	0.296	Valid
	X1.4	0.664	0.296	Valid
	X1.5	0.537	0.296	Valid
	X1.6	0.707	0.296	Valid
Iklan (X ₂)	X2.1	0.863	0.296	Valid
	X2.2	0.829	0.296	Valid
	X2.3	0.829	0.296	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0.779	0.296	Valid
	Y.2	0.722	0.296	Valid
	Y.3	0.654	0.296	Valid
	Y.4	0.650	0.296	Valid

Sumber : data diolah SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 3.4 maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang terdapat pada variabel label halal, iklan dan keputusan pembelian memperoleh hasil r hitung lebih besar dibanding dengan r tabel, hal ini berarti semua variabel valid

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2013). Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil, tetap akan sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Menurut Ghazali (2005), instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *alpha cronbach* > 0,60.

Adapun uji coba realibilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji realibilitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Realibilitas Instrumen

Variabel	<i>Alpa Cronbach</i>	Kriteria	Keterangan
X ₁	0,709	<i>Alpa Cronbach</i> >0,6 maka realibel	Realibel
X ₂	0,792		Realibel
Y	0,657		Realibel

Sumber : data diolah SPSS (2017)

Dari tabel 3.5 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini realibel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *alpha cornbach* lebih besar dari 0,6

3.9 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model tersebut harus memenuhi asumsi klasik regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2006).

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusannya (Singgih, 2003) adalah :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini untuk mengetahui apakah antara variabel bebas yang satu memiliki keterikatan (korelasi) dengan variabel lainnya dalam model. Dampaknya adalah penaksiran kuadrat terkecil menjadi tidak efisien, standard error menjadi besar sehingga standar error sensitif terhadap perubahan kecil sekalipun. Untuk mendeteksi terjadinya multikolinearitas dapat dilihat dari variabel bebas VIF (*Variance of Inflation Factor*) dan Tolerance (Wijaya, 2009). Batas Tolerance Value adalah 0,10 dan VIF adalah 10 (Hair et al, 1998). Jika $VIF < 10$ atau nilai Tolerance $> 0,10$ maka tidak terdapat multikolinearitas.

3.9.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$

(sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi. Menurut Santoso (2005 : 241) untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dilakukan uji *Durbin Watson test*. Kemudian nilai d hitung akan dibandingkan dengan nilai d_{tabel} dengan tingkat signifikan 5%. Jika DW hitung berada diantara d_U (batas atas) dan d_L (batas bawah) maka tidak ada autokorelasi. Prosedur test ini dapat dihitung secara manual dengan menggunakan formula sebagai berikut:

$$d - \text{hitung} = \frac{\sum (e_t^2 - e_{t-1}^2 - 2e_t e_{t-1})}{\sum e_t^2}$$

Dimana :

d = Durbin – Waston Statistik

e = residual

3.9.4 Uji Heteroskedisitas

Uji ini untuk melihat apakah terjadi varian yang tidak konstan. Jika terjadi maka residual akan berubah-ubah sehingga peramalan menjadi tidak konstan dengan demikian prediksi dan estimasi mudah keliru. Hal ini terjadi karena asumsi klasik untuk heterokedastisitas mengasumsikan faktor gangguan dimasukkan untuk memperkirakan kesalahan yang terjadi dalam mengukur kesalahan karena mengabaikan variabel. Jika faktor gangguan tidak konstan maka prediksi juga mudah berubah atau tidak konsisten dan mudah salah. Cara mendeteksi ada tidaknya gejala

heteroskedisitas dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (Z_{PRED}) dengan residualnya ($SRESID$). Menurut Nugroho (2005:63) analisis pada gambar scatterplot yang menyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat heteroskedisitas jika :

1. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
2. Titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang menyebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisi Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- a. $1,0 - 1,8 =$ Sangat buruk
- b. $1,9 - 2,6 =$ Buruk
- c. $2,7 - 3,4 =$ Cukup
- d. $3,5 - 4,2 =$ Baik
- e. $4,3 - 5,0 =$ Sangat baik

3.10.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2006).

Persamaan regresi berganda tersebut menggunakan rumus:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

(Umar, 2003)

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X_1 = Label Halal

X_2 = Iklan

β = Koefisien regresi

e = error

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji t (Parsial)

Uji parsial (t test) dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel-variabel *independen* yaitu label halal dan iklan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Tahap-tahap pengujiannya adalah :

1. Merumuskan hipotesis.
2. Menentukan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau 5%.
3. Menentukan keputusan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Dikatakan signifikansi bila nilai mutlak t hitung > t tabel atau nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- b. Dikatakan tidak signifikan bila nilai t hitung $< t$ tabel atau nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.11.2 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) variabel independent sama sekali tidak berpengaruh dengan variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).