

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian berjenis asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif 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 (Sugiyono, 2017)

#### **3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian**

Lokasi penelitian ini di Kabupaten Jombang. Obyek penelitian ini adalah label halal dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah.

#### **3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Menurut Sugyiono (2017) yang dimaksud dengan variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Variabel dalam penelitian ini meliputi antara lain

### 3.3.1 **Label halal (X<sub>1</sub>)**

Yaitu produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, dengan indikator (Elmi As Pelu, 2009) :

- 1) Pengetahuan, informasi konsumen mengenai kehalalaan kosmetik wardah
- 2) Kepercayaan, keyakinan konsumen kosmetik wardah memiliki label halal
- 3) Penilaian terhadap labelisasi halal, penilaian konsumen dilihat dari kemasan kosmetik wardah terdapat label halal

### 3.3.2 **Persepsi Harga (X<sub>2</sub>)**

Yaitu sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh produk wardah, dengan indikator (Kotler dan Amstrong, 2012):

- 1) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga kosmetik wardah yang sesuai dengan kualitas
- 2) Kesesuaian harga dengan manfaat. Kesesuaian harga kosmetik wardah dengan manfaat yang diterima konsumen
- 3) Harga bersaing, Harga kosmetik wardah yang bersaing dengan kosmetik lain

### 3.3.3 **Keputusan Pembelian (Y)**

Yaitu keputusan yang diambil oleh konsumen dalam melakukan pembelian, dengan indikator sebagai berikut ((Kotler dan Keller, 2013:

- a. Pemenuhan kebutuhan, pemenuhan konsumen akan kosmetik Wardah

- b. Pencarian Informasi, pencarian akan informasi konsumen mengenai kosmetik Wardah
- c. Evaluasi Alternatif, Pilihan konsumen untuk memilih kosmetik Wardah dibanding kosmetik lain
- d. Keputusan pembelian, keputusan konsumen untuk membeli kosmetik Wardah dibanding kosmetik dengan merek lain

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi variabel**

Variabel	Indikator	Item
Label Halal (X <sub>1</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan,</li> <li>2. Kepercayaan</li> <li>3. Penilaian terhadap labelisasi halal,</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Saya mengetahui bahwa kosmetik Wardah merupakan kosmetik berlabel halal</li> <li>2) Saya yakin bahwa kosmetik Wardah merupakan kosmetik halal (menggunakan bahan-bahan yang halal)</li> <li>3) Saya menilai bahwa kosmetik Wardah adalah kosmetik yang layak diberikan label halal</li> </ol>
Persepsi Harga (X <sub>2</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian Persepsi harga dengan kualitas produk</li> <li>2. Kesesuaian Persepsi harga dengan manfaat</li> <li>3. Daya saing Persepsi harga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4) Menurut saya, harga kosmetik Wardah sesuai dengan kualitas produk</li> <li>5) Menurut saya, harga kosmetik Wardah sesuai dengan manfaat produk</li> <li>6) Menurut saya, harga kosmetik Wardah tidak jauh berbeda dengan harga produk kosmetik lainnya</li> </ol>
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemenuhan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian Informasi</li> <li>3. Evaluasi Alternatif</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7) Saya membutuhkan kosmetik wardah untuk berhias / make up</li> <li>8) Saya mencari informasi tentang kosmetik wardah terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli</li> <li>9) Saya membandingkan terlebih dahulu kosmetik wardah dengan kosmetik merk lain, sebelum membeli</li> <li>10) Saya memutuskan untuk membeli kosmetik wardah</li> </ol>

### 3.3.4 Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala likert. Skala likert ini digunakan karena memiliki kemudahan dalam menyusun pertanyaan, memberi skor, serta skor yang lebih tarafnya mudah dibandingkan dengan skor

yang lebih rendah. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberikan skor (Sugiyono, 2017).

Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

**Tabel 3.2 Instrument 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 (2017)

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

### 3.4 Penentuan Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bravo Swalayan Jombang yang membeli produk wardah dimana

populasi tidak diketahui jumlahnya. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen Wardah di Bravo Swalayan Jombang. Pada penelitian ini untuk menghitung sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut(Sugiyono, 2019):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = harga dalam kurv normal untuk simpangan

5%, dengan nilai 1,96p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% = 0,1

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 96. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel yang digunakan berjumlah 96 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan cara *accidental*

*sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini orang yang kebetulan dijumpai menggunakan Wardah.

### 3.5 Jenis dan Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

#### 3.5.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis sumber data menurut (Sugiyono, 2016) ada dua jenis berdasarkan sumber datanya sebagai berikut::

a. Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dan memberikan data kepada pengolah data. Pada penelitian ini data diperoleh dari angket yang disebarakan kepada konsumen.

b. Data Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung oleh pengolah data. Pada penelitian ini data diperoleh dari jurna, buku, artikel dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian ini

### 3.5.2 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Kuesioner

Kuesioner ini disusun secara terstruktur untuk menjangkau data, sehingga diperoleh data yang akurat berupa tanggapan langsung dari konsumen sebagai data primer.

#### 2. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen sebagai data sekunder.

### 3.6 Uji Instrumen

#### 3.6.1 Uji validitas

Manurut (Sugiyono, 2016) setiap butir dalam instrumen dapat dikatakan valid atau tidak dengan cara mengkorelasikan skor pada butir dengan skor total. Bila korelasi pada setiap faktor positif dan harga korelasi seberas 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat atau valid. Namun bila sebaliknya, harga korelasi sebera dibawah 0,3 maka butir instrumen tersebut tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Perhitungan uji validitas tersebut menggunakan bantuan SPSS versi 22.0. Bila hasil uji kemaknaan untuk  $r$  menunjukkan  $r\text{-hitung} > 0,3$  dinyatakan valid (Sugiyono, 2017).

Pengujian validitas dilakukan pada 30 responden berikut ini hasil pengujian validitas :

Tabel 3.3  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomer Peryataan	Validitas		Keterangan
		Korelasi (r)	r kritis	
X <sub>1</sub>	X <sub>1,1</sub>	0,756	0,3	Valid
	X <sub>1,2</sub>	0,718	0,3	Valid
	X <sub>1,3</sub>	0,819	0,3	Valid
X <sub>2</sub>	X <sub>2,1</sub>	0,843	0,3	Valid
	X <sub>2,2</sub>	0,869	0,3	Valid
	X <sub>2,3</sub>	0,652	0,3	Valid
Y	Y <sub>1</sub>	0,837	0,3	Valid
	Y <sub>2</sub>	0,758	0,3	Valid
	Y <sub>3</sub>	0,622	0,3	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,837	0,3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan semua item pernyataan mempunyai nilai korelasi lebih besar dari 0,3. Dengan demikian berarti bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid untuk pengujian selanjutnya

### 3.6.2 Uji Reliability

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Arikunto, 2016). Dalam hal ini apabila nilai koefisien  $\alpha$  0,6 (Arikunto,2016), maka dapat dikatakan



bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal dengan *test-retest*, ekuivalen dan gabungan keduanya serta secara internal dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumendengan menggunakan teknik tertentu (Sugiyono, 2016)

Tabel 3.4

## Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas		Keterangan
	Koefisien Alpha	Angka kritis	
Label Halal (X1)	0,640	0,6	Reliabel
Persepsi Harga (X2)	0,688	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,763	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan semua variabel penelitian memiliki koefisien alpha lebih besar dari 0,6, sehingga semua pernyataan dinyatakan reliabel untuk pengujian selanjutnya.

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagaiberikut:

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

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

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
- 1,81 - 2,6 = Buruk
- 2,61 - 3,4 = Cukup
- 3,41 – 4,2 = Baik
- 4,21 - 5,0 = Sangat Baik

Sumber: (Sudjana, 2005)

### 3.7.2 Analisis Inferensial

#### 3.7.2.1 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2017) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah).

Persamaan Regresi Berganda tersebut menggunakan rumus:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi Label halal

$b_2$  = Koefisien

regresi persepsi

harga  $X_1$  = Label

halal

$X_2$  = persepsi harga

$e$  = Residu atau prediction error

### 3.8 Asumsi Klasik

Asumsi klasik mempunyai tujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Maka dilakukan untuk memperoleh model analisis yang yang tepat. Penelitian dengan model analisis regresi mempunyai syarat uji asumsi terhadap data

#### 1) Uji Normalitas Data

##### a. Kurva normal

Uji normalitas data adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk analisis multivariate jika tujuannya adalah inferensi. Bila terdapat normalitas maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen atau terdapat perbedaan antara nilai prediksi dengan skor sesungguhnya atau error akan terdistribusi secara simetris disekitar nilai means sama dengan nol. Cara lainnya adalah dengan melihat distribusi dari variabel-variabel yang akan diteliti (Ghozali, 2018).

Secara statistik terdapat dua komponen normalitas, yaitu skewness dan kurtosis. Skewness berhubungan dengan distribusi. Variabel skewness (variable menceng) merupakan

variabel yang memiliki nilai mean tidak ditengah-tengah distribusi. Kuartosis berhubungan dengan puncak dari suatu distribusi. Bila variabel terdistribusi dengan normal maka bilai skewness dan kuartos sama dengan nol. Nilai z dibandingkan dengan nilai kritis yaitu alpha 0.01 memiliki nilai kritis sebesar  $\pm 2.58$  sedangkan nilai alpha 0.05 memiliki nilai kritis sebesar  $\pm 1.96$  (Ghozali,2018).

b. Normal P-Plot

Uji Normalitas juga dapat dilakukan dengan plot grafik histogram, tetapi terkadang gambar grafik dapat menyesatkan karena terlihat seperti distribusi normal namun secara statistik tidak normal. Normalitas dapat terdeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumber diagonal dari grafik (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Bila data menyebar mengikuti arah garis diagonal maka distribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Bila data menyebar jauh dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka tidak menunjukkan pola distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

c. Uji Kolmogorov-smirnov

Uji kolmogorov-smirnov dilakukan untuk mendeteksi normalitas data dengan non-parametrik statistik dengan cara

menentukan hipotesis pengujian terlebih dahulu seperti (Ghozali, 2018) :

- 1) Hipotesis Nol ( $H_0$ ) : data terdistribusi secara normal
- 2) Hipotesis Alternatif ( $H_A$ ) : data tidak terdistribusi secara normal

## 2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variabel  $x$  yang memberikan informasi yang sama tentang variabel  $Y$ . Kalau  $X_1$  dan  $X_2$  berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variabel saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2005)

Metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, yang digunakan pada penelitian ini dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance value  $< 0,01$  atau  $VIF > 10$  maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value*  $> 0,01$  atau  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2015)

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2011). Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambarkan dalam model regresi.

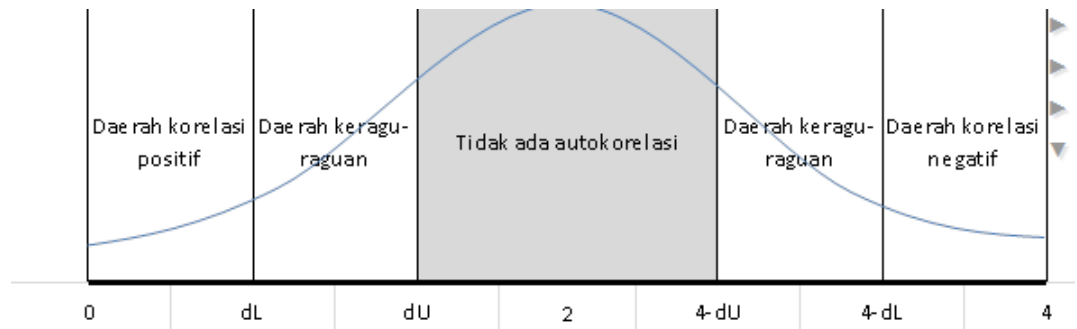
Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik scatter plot.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik scatter plot:

- a. Jika terdapat pola tertentu pada grafik scatter plot, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **4) Uji Autokorelasi**

Istilah Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-watson (DW test) dengan syarat  $du < DW$  (Ghozali, 2013).



Gambar 3.1. Uji Autokorelasi Durbin Watson

Secara umum, kriteria yang digunakan adalah:

- 1) Jika  $DU < DW < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya terjadi autokorelasi
- 2) Jika  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya tidak terjadi autokorelasi
- 3) Jika  $0 < DW < DL$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi positif
- 4) Jika  $DL < DW$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kesimpulan yang pasti

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji t

1. Membuat formulasi hipotesis

H1 : ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen ( X ) terhadap variabel dependen ( y ).

2. Menentukan level signifikasi.

3. Mengambil keputusan

a) Jika  $t_{sig} \leq \alpha = 0,05$  , maka hipotesis diterima

b) Jika  $t_{sig} > \alpha = 0,05$  , maka hipotesis ditolak

#### 3.9.2 R – Squared Coeficients

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan proporsi variasi dari variabel dependen yang diterangkan oleh variasi dari variabel-variabel independennya. Jika  $R^2$  yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel dependennya