

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif. Metode pendekatan kuantitatif melibatkan pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang pendapat orang atas sebuah isu atau topik (Ghozali, 2018:45). Jenis penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada pengumpulan dan analisis data berbentuk angka (*numerik*) untuk menjelaskan, memprediksi dan mengontrol fenomena yang diamati (Ghozali, 2018:45). Penelitian kuantitatif menekankan analisis pada data-data angka (*numerik*) yang diolah dengan metode statistik untuk memperoleh signifikansi hubungan antar variabel. Analisis data menggunakan program komputer SPSS V.26 yang merupakan program komputer untuk statistik, dengan alasan agar hasil yang diperoleh lebih valid dalam analisis regresi linier berganda.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018:35). Penelitian ini menggunakan 2 variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel independen

Variabel independen merupakan variabel bebas atau penjelas yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab berubahnya variabel dependen

(Sugiyono, 2018:36). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X_1), label halal (X_2) dan citra merek (X_3).

2. Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018:36). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan suatu konsep yang bersifat abstrak guna memudahkan pengukuran suatu variabel (Sugiyono, 2018:37). Adapun definisi operasional dari setiap variabel serta indikator dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk yang pada kemampuan mampu memuaskan kebutuhan konsumen (Thousani, 2021). Indikator kualitas produk dalam penelitian ini menurut Kotler & Keller (2018:50) dan Rangkuti (2018:44) adalah sebagai berikut:

1. Kinerja

Berkaitan dengan suatu produk yang dapat menjalankan fungsinya dengan baik.

2. Keistimewaan tambahan

Berkaitan dengan keistimewaan tambahan yang diberikan pada produk.

3. Kesesuaian dengan spesifikasi

Berkaitan dengan suatu produk yang sesuai dengan spesifikasi yang diberikan.

4. Daya tahan

Berkaitan dengan berapa lama atau umur suatu produk dapat bertahan.

5. Estetika

Berkaitan dengan penampilan atau daya tarik produk seperti bentuk fisik, model, desain dan warna.

2. Label Halal (X₂)

Label halal merupakan suatu keterangan yang menampilkan pemberian informasi halal mengenai produk dari perusahaan (Amin & Rachmawati, 2020). Indikator label halal dalam penelitian ini menurut Konoras (2017:45) dan Henry (2017) dalam Wahyurini & Trianasari (2020) adalah sebagai berikut:

1. Nilai keagamaan

Berkaitan dengan suatu produk yang terbebas dari bahan haram.

2. Kesehatan

Berkaitan dengan suatu produk yang terbebas dari bahan-bahan berbahaya.

3. Keamanan

Berkaitan dengan pemberian label halal yang jelas, sehingga produk aman untuk digunakan.

4. Kepercayaan

Berkaitan dengan kepercayaan dalam menggunakan suatu produk yang menggunakan bahan halal.

3. Citra Merek (X₃)

Citra merek merupakan keyakinan yang terbentuk dalam benak konsumen tentang produk yang telah dirasakan manfaatnya (Mardiyah., *et al* 2023). Indikator citra merek dalam penelitian ini menurut Susanto (2017:46) dan Aaker & David (2019:50) adalah sebagai berikut:

1. Atribut merek

Berkaitan dengan merek produk yang dikenal dengan logo/lambang bunga mawar dari produk tersebut.

2. Manfaat merek

Berkaitan dengan manfaat dari merek produk tersebut.

3. Nilai merek

Berkaitan dengan popularitas citra merek produk bila dibandingkan dengan yang lain.

4. Kepribadian

Berkaitan dengan citra merek produk yang dapat membuat kesan positif bagi penggunanya.

4. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Anggadwita *et al.*, 2020). Indikator keputusan pembelian dalam penelitian ini menurut Irawan (2018:56) dan Tjiptono (2018:52) adalah sebagai berikut:

1. Pemilihan produk

Berkaitan dengan kualitas produk, keberagaman varian produk dan kebutuhan akan produk.

2. Pemilihan merek

Berkaitan dengan kepercayaan dan popularitas merek.

3. Pemilihan tempat penyalur

Berkaitan dengan kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.

4. Metode pembayaran

Berkaitan dengan pemilihan waktu dalam membeli produk sesuai dengan kesibukan dan aktivitasnya masing-masing.

5. Waktu pembelian

Berkaitan dengan metode pembayaran yang ditawarkan saat membeli produk.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018:38). Penelitian ini menggunakan 2 data, yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian (Sugiyono, 2018:39). Sumber data primer pada penelitian ini adalah data yang didapat secara langsung dari konsumen pengguna Produk Viva Kosmetik di Kabupaten Kudus, yaitu data yang dikumpulkan dan diperoleh langsung melalui pengisian kuesioner oleh responden.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh seorang peneliti tidak secara langsung dari objek penelitian, tetapi melalui sumber lain seperti artikel/jurnal, buku dan internet (Sugiyono, 2018:39). Sumber data sekunder dalam penelitian didapat dari internet, yaitu berdasarkan Tabel 1 Top Brand Index Produk Kosmetik Kategori Bedak Tabur Tahun 2021-2023, Gambar 1 Ulasan Konsumen Terhadap Produk Viva Kosmetik dan Gambar 2 *Brand Makeup* Lokal Terlaris Tahun 2023.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018:42). Populasi dalam penelitian ini, yaitu konsumen pengguna Produk Viva Kosmetik di Kabupaten Kudus yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi, artinya sekumpulan data yang diambil atau diseleksi dari populasi tersebut (Sugiyono, 2018:42). Penelitian ini menggunakan rumus Roscoe (1975) dalam menentukan ukuran sampel yang akan diteliti. Dasar menggunakan rumus Roscoe karena populasi yaitu konsumen pengguna Produk Viva Kosmetik di Kabupaten Kudus tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Roscoe (1975) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $4 \times 20 = 80$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, jika menggunakan kontrol eksperimen yang ketat, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Perhitungan rumus Roscoe adalah sebagai berikut:

$$= n \times 10$$

$$= 4 \times 20$$

$$= 80$$

Berdasarkan perhitungan rumus Roscoe diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2018:43). Adapun responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen pengguna Produk Viva Kosmetik di Kabupaten Kudus.
2. Usia minimal 17 tahun.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan survey, yaitu menyebar kuesioner yang berisi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab mengenai pengaruh kualitas produk, label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk Viva Kosmetik di Kabupaten Kudus (Sugiyono, 2018:45). Pada penelitian ini, kuesioner langsung diantarkan kepada responden dan jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner telah ditentukan skornya berdasarkan ukuran Skala *Likert* dengan rincian sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Kurang Setuju (KS)
- 4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut:

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif merupakan cara untuk mengolah data kuantitatif sehingga data mempunyai arti (Ghozali, 2018:76). Pengolahan data dilakukan dengan beberapa macam teknik, misalnya distribusi frekuensi (sebaran frekuensi) dan ukuran memusat (mean, median, modus) mengenai variabel yang akan diteliti.

3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji instrument data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya. Teknik uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *product moment*. *Product moment*, yaitu dengan cara mengkorelasi skor tiap item dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor item (Ghozali, 2018:77). Item-item dari setiap instrument valid atau tidak dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Membandingkan nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan nilai r tabel.

Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid, r_{tabel} didapat dengan rumus $df=n-2$ pada tingkat signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi, sehingga didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,2199.

3.6.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur uji reliabilitas dapat menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha*, yaitu suatu variabel dikatakan *reliable* jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2018:78).

3.7 Uji Asumsi Klasik

Sebelum hasil analisis regresi digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu hasil analisis regresi tersebut dikenai uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik merupakan asumsi yang mendasari suatu analisis regresi (Ghozali, 2018:80). Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018:82). Uji normalitas residual dapat dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* test dengan taraf signifikan 0,05. Data dikatakan normal jika nilai signifikan dari hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* test lebih besar dari 0,05.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2018:83). Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu penelitian ke penelitian yang lain (Ghozali, 2018:84). Jika varian dari residual satu penelitian ke penelitian lain tetap disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya uji heteroskedastisitas pada grafik *scatterplot* antara SRESID (variabel dependen) dan ZPRED (nilai residual). Dasar analisis menggunakan uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, misalnya titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data yang dilaksanakan. Pengolahan data merupakan suatu proses dalam memperoleh

data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan rumus-rumus tertentu (Ghozali, 2018:85). Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Editing*

Tahapan yang pertama adalah *editing*, yaitu pengolahan data yang peneliti peroleh dari pengisian kuesioner dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban dari responden.

2. *Coding*

Tahapan yang kedua adalah *coding*, yaitu bertujuan untuk memberikan tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti membuat tabulasi data.

3. Tabulasi

Tahapan ketiga adalah tabulasi, yaitu bertujuan untuk perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata nilai variabel dependen berdasarkan nilai independen yang diketahui (Ghozali, 2018:86).

Persamaan regresi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu kualitas produk (X_1), label halal (X_2) dan citra merek (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Rumus matematik dari regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
b_1	= Koefisien Regresi Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian
b_2	= Koefisien Regresi Antara Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian
b_3	= Koefisien Regresi Antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian
X_1	= Kualitas Produk
X_2	= Label Halal
X_3	= Citra Merek
e	= <i>Standart Error</i>

3.9.2 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji signifikan parsial (uji t) pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu atau lebih variabel independen secara individual dalam mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018:87). Langkah-langkah uji signifikan parsial (uji t) untuk koefisien regresi adalah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai t tabel dengan melihat derajat kebebasan $df=n-k-1$ (n adalah jumlah sampel 80 dan k adalah jumlah variabel independen 3 dikurangi 1 dengan tingkat signifikan 0,05 menggunakan uji 2 sisi, sehingga didapatkan nilai t tabel sebesar 1,992).
2. Kriteria pengujian hipotesis

Jika nilai t hitung > nilai t tabel, maka menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti terdapat pengaruh positif variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) terhadap

variabel dependen (Y). Sedangkan jika nilai t hitung $<$ nilai t tabel, maka menerima H_0 dan menolak H_a yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y).

3. Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan (0,05)

Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, maka menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti terdapat pengaruh signifikan variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y). Sedangkan jika nilai $\text{sig} > 0,05$, maka menerima H_0 dan menolak H_a yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y).

3.9.3 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji signifikan simultan (uji F) pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:88). Untuk menguji hipotesis dapat dilakukan dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Menentukan nilai F tabel dengan melihat derajat kebebasan $df_1=k-1$ (k adalah jumlah variabel 4 dikurangi 1), $df_2=n-k$ (n adalah jumlah sampel 80 dan k adalah jumlah variabel 4, sehingga didapatkan nilai F tabel sebesar 2,72).
2. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk, label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian).
3. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ (secara simultan terdapat pengaruh antara kualitas produk, label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian).

4. Kriteria pengujian hipotesis

Jika nilai F hitung $>$ nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan jika nilai F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

5. Kriteria pengujian dengan taraf nyata (α) 5% (0,05)

Cara lain adalah dengan membandingkan nilai F sig dengan 0,05. Jika nilai F sig $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan jika nilai F sig $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.9.4 Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Uji koefisien determinasi (r^2) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai r^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:89).