

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penentuan jenis dan pendekatan penelitian merupakan bagian penting dalam metodologi penelitian. Hal ini karena keputusan tersebut akan memengaruhi arah dan rancangan penelitian secara keseluruhan, mulai dari cara memperoleh data hingga teknik analisis data yang digunakan. Dengan menentukan jenis dan pendekatan penelitian yang tepat sejak awal, peneliti dapat menyesuaikan proses penelitian dengan karakteristik permasalahan yang dikaji. Oleh karena itu, penentuan jenis dan pendekatan penelitian menjadi dasar dalam upaya menjawab permasalahan penelitian secara sistematis dan terarah (Siyoto & Sodik, 2015).

Bertolak dari pertimbangan tersebut, Penelitian ini menerapkan metode penelitian lapangan (field research) sebagai metode utama dalam proses pengumpulan data. Menurut Sugiyono, penelitian lapangan merupakan suatu aktivitas penelitian yang dilaksanakan pada situasi alami (natural setting), di mana data diperoleh secara langsung dari sumber informasi yang berada di lokasi penelitian tanpa adanya intervensi maupun manipulasi terhadap objek yang diamati. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengakses data empiris yang merepresentasikan kondisi aktual di lapangan sehingga hasil yang diperoleh diharapkan mampu memberikan gambaran yang faktual, objektif, dan tersusun secara sistematis sesuai dengan realitas yang terjadi (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan secara langsung dari santriwati Pondok Pesantren Darussalam Martapura tingkat Ulya melalui penyebaran kuesioner. Penelitian ini berfokus pada bagaimana responden merespons pengaruh *influencer* dan *rating* ulasan terhadap ketertarikan dalam membeli produk kosmetik halal. Kondisi yang dikaji dalam penelitian ini memerlukan pengumpulan data secara langsung dari responden, sehingga penelitian ini tidak hanya bertumpu pada kajian pustaka. Oleh karena itu, penelitian lapangan dipilih guna memperoleh data yang mencerminkan kondisi nyata di lapangan dan menggambarkan keadaan responden secara lebih nyata.

Selain penentuan jenis penelitian, penentuan pendekatan penelitian juga perlu dijelaskan karena berperan dalam menentukan cara pengolahan dan analisis data. Pendekatan penelitian menjadi dasar dalam pemilihan teknik pengukuran serta metode analisis yang digunakan, salah satunya adalah pendekatan kuantitatif (Siyoto & Sodik, 2015). Pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menekankan pada pengukuran data dalam bentuk angka serta pengujian hubungan antar variabel melalui analisis statistik yang terstruktur dan terstandarisasi. Pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan temuan penelitian yang bersifat objektif, terukur, dan dapat diuji secara ilmiah (Judijanto et al., 2024).

Berdasarkan karakteristik tersebut, Penggunaan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini didasarkan pada tujuan penelitian yang berfokus pada pengujian hipotesis serta mengetahui besarnya pengaruh variabel *influencer* dan *rating* ulasan terhadap ketertarikan santriwati dalam membeli produk kosmetik

halal. Data empiris dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi objek penelitian. Data tersebut kemudian menjalani proses pengolahan statistik untuk mengungkap korelasi maupun pengaruh antarvariabel yang diteliti. Dengan demikian, interpretasi yang dihasilkan dapat merefleksikan kondisi penelitian secara lebih objektif, terukur, dan memiliki legitimasi akademik yang memadai.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Darussalam yang terletak di Jalan K.H. Kasyful Anwar No. 8, Pasayangan, Martapura, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan agregasi objek atau subjek penelitian yang mengakomodasi karakteristik spesifik sesuai dengan parameter dan kriteria yang telah dirumuskan oleh peneliti. Populasi menjadi dasar dalam proses analisis penelitian karena berfungsi sebagai pijakan utama dalam menentukan ruang lingkup pengamatan, sehingga hasil temuan dan kesimpulan yang didapatkan relevan dengan tujuan penelitian (Iba & Wardhana, 2023).

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh santriwati kelas Ulya putri Pondok Pesantren Darussalam Martapura yang terdiri dari kelas 1, kelas 2, dan kelas 3 dengan total sebanyak 2.442 santriwati. Informasi mengenai jumlah populasi tersebut diperoleh langsung dari pengurus Pondok Pesantren

Darussalam Martapura saat peneliti melakukan kunjungan awal untuk mengajukan izin pelaksanaan penelitian.

Setelah penetapan populasi penelitian, peneliti perlu menentukan sampel sebagai elemen populasi yang dijadikan rujukan utama dalam memperoleh data penelitian. Sampel dapat dipahami sebagai sebagian anggota populasi yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk menggambarkan kondisi populasi secara keseluruhan. Melalui penggunaan sampel, kegiatan pengumpulan data serta analisis penelitian dapat dilakukan dengan lebih efisien tanpa mengurangi kemampuan penelitian dalam merepresentasikan karakteristik populasi, namun tetap mampu mencerminkan kondisi populasi yang diteliti secara tepat serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Iba & Wardhana, 2023).

Dalam penelitian ini, penggunaan sampel didasarkan pada pertimbangan bahwa ukuran populasi yang cukup luas menyebabkan pelaksanaan pengumpulan data terhadap seluruh anggota populasi menjadi kurang efektif dan memerlukan alokasi waktu, tenaga, serta biaya yang lebih besar. Atas dasar pertimbangan efisiensi penelitian, peneliti menetapkan sejumlah santriwati kelas Ulya sebagai sampel penelitian. Pemilihan sampel tersebut dilakukan dengan asumsi bahwa karakteristik yang dimiliki mampu mencerminkan kondisi populasi secara keseluruhan. Pemilihan santriwati kelas Ulya juga didasarkan pada pertimbangan bahwa santriwati pada jenjang tersebut termasuk dalam rentang usia remaja akhir hingga dewasa awal, sehingga memiliki tingkat keterpaparan yang relatif tinggi terhadap penggunaan media sosial dan relevan

dengan fokus penelitian yang berkaitan dengan *influencer* dan *rating* ulasan terhadap ketertarikan membeli produk kosmetik halal.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan strategi metodologis yang diterapkan untuk menyeleksi sejumlah elemen populasi yang akan berpartisipasi sebagai responden penelitian (Untari, 2018). Salah satu pendekatan yang banyak diterapkan adalah purposive sampling, yakni metode seleksi sampel yang bertumpu berdasarkan pertimbangan spesifik serta parameter tertentu yang ditetapkan peneliti. Melalui pendekatan ini, responden yang dipilih diyakini memiliki relevansi, kompetensi, serta karakteristik yang mampu merepresentasikan kebutuhan data sesuai dengan orientasi penelitian (Machali, 2021).

Berdasarkan pengertian tersebut, penelitian ini memakai Teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memperoleh data dari responden yang benar-benar memiliki keterkaitan dengan variabel yang diteliti, yaitu *influencer*, *rating* ulasan, dan ketertarikan membeli produk kosmetik halal. Melalui penerapan purposive sampling, peneliti dapat memilih responden yang sesuai dengan kriteria penelitian sehingga data yang diperoleh diharapkan lebih akurat dan relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah santriwati Pondok Pesantren Darussalam Martapura yang berstatus sebagai santri aktif pada tingkat Ulya, yaitu kelas 1, 2, dan 3 pada tahun ajaran penelitian. Selain itu,

responden juga berada pada rentang usia remaja akhir hingga dewasa awal, sehingga dianggap memiliki keterpaparan yang cukup terhadap media sosial dan relevan dengan variabel yang diteliti.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (standar error) sebesar 10% (0,10). Penggunaan tingkat kesalahan tersebut dipilih dengan mempertimbangkan karakteristik penelitian survei sosial serta keterbatasan waktu dan kondisi pengumpulan data di lingkungan pesantren. Adapun perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

Rumus :

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

Perhitungan :

$$n = \frac{2.442}{1+(2.442 \cdot 0,10^2)}$$

$$n = \frac{2.442}{1 + (2.442 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{2.442}{1+24,42} = n = \frac{2.442}{25,42} = 96,06 = 96$$

Keterangan:

N = Jumlah populasi Sampel

n = Jumlah sampel

e = Tingkat kesalahan (10% ; 0,10)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel pada penelitian ini dibulatkan menjadi 96 responden. Dengan demikian, teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan kriteria responden, sedangkan rumus Slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel, sehingga responden yang dipilih benar-benar sesuai dengan kebutuhan penelitian.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data dapat diartikan sebagai himpunan fakta, informasi, atau keterangan yang berhasil dihimpun selama proses penelitian dan menjadi bahan utama dalam pelaksanaan analisis. Dalam kegiatan penelitian, data menempati posisi yang krusial karena berfungsi sebagai pijakan ilmiah bagi peneliti untuk menginterpretasikan temuan, menguji hipotesis, serta menghasilkan kesimpulan yang selaras dengan tujuan penelitian (Sahir, 2022).

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada santriwati kelas Ulya Pondok Pesantren Darussalam Martapura yang menjadi responden penelitian. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan variabel *influencer*, *rating* ulasan, dan ketertarikan membeli produk kosmetik halal.

Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertulis dan disebarluaskan secara langsung kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian.

Melalui penyebaran kuesioner tersebut, peneliti memperoleh data yang diperlukan untuk menjawab tujuan penelitian serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian karena menjadi dasar dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Sumber data dapat berasal dari berbagai pihak yang mampu memberikan data yang relevan terhadap fokus penelitian, baik dari individu, dokumen, maupun lingkungan tertentu (Abubakar, 2021).

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah santriwati Pondok Pesantren Darussalam MTP tingkat Ulya. Santriwati dipilih sebagai sumber data karena memiliki pengalaman dan ketertarikan terhadap produk kosmetik halal, serta cukup aktif dalam mengakses media sosial dan platform e-commerce yang banyak menampilkan konten *influencer* dan ulasan produk.

Pemilihan santriwati sebagai sumber data juga berkaitan dengan isu *overclaim*, yaitu kondisi ketika suatu produk diklaim memiliki manfaat yang berlebihan dibandingkan dengan kualitas yang sebenarnya. Melalui pengalaman mereka sebagai konsumen, santriwati diharapkan mampu memberikan gambaran secara langsung mengenai bagaimana mereka menyikapi kejujuran dalam promosi produk kosmetik, serta sejauh mana konten *influencer* dan ulasan produk memengaruhi ketertarikan mereka untuk melakukan pembelian.

F. Variabel dan Indikator

Studi ini mencakup dua variabel bebas dan satu variabel terikat sebagai fokus analisisnya.

Tabel 3.1

Tabel Indikator

No	Variabel	Teori	Indikator
1.	<i>Influencer</i>	Menurut Hovlan, Janis, dan Kelley(1953) <i>Influencer</i> berperan sebagai sumber pesan dalam komunikasi persuasif yang dapat memengaruhi sikap dan respon audiens melalui pesan yang disampaikan. (Hovland et al., 1953).	1. Kredibilitas 2. Popularitas 3. Konten yang disampaikan (Hovland et al., 1953)
2.	<i>Rating Ulasan</i>	Menurut Assael (1992) <i>Rating</i> ulasan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap produk yang menjadi sumber informasi bagi konsumen lain dalam proses pengambilan keputusan (Assael, 1992)	1. Jumlah Ulasan 2. Nilai <i>Rating</i> 3. Kualitas Ulasan (Assael, 1992)
3.	Ketertarikan Konsumen	Menurut Bettman (1979) Ketertarikan konsumen merupakan tahap awal dalam proses pengambilan keputusan, ketika konsumen mulai menunjukkan perhatian dan kecenderungan terhadap suatu produk. (Bettman, 1979)	1. Minat Beli 2. Niat Beli 3. Keputusan Beli (Bettman, 1979)

Sumber: Dibuat oleh penulis, 2025

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kuantitatif ini, teknik pengumpulan data melalui angket atau kuesioner. Kuesioner digunakan sebagai sarana pendukung untuk mengumpulkan data dari responden secara langsung dan terstruktur, sehingga memudahkan peneliti dalam mengukur persepsi santriwati terhadap variabel influencer, rating ulasan, dan ketertarikan membeli produk kosmetik halal.

Penggunaan kuesioner dipilih karena dinilai mampu menjangkau responden dalam jumlah yang cukup banyak serta memungkinkan data yang diperoleh bersifat seragam dan mudah untuk dianalisis secara statistik. Sejalan dengan hal tersebut, Sari dkk. (2023) menyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, pengumpulan data umumnya dilakukan melalui angket atau kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup, karena metode ini efektif dalam menghasilkan data yang sistematis dan terukur (Sari et al., 2023).

Kuesioner penelitian dikonstruksi dalam format pernyataan tertutup guna memfasilitasi responden dalam memberikan respons secara lebih terstruktur. Sebagai instrumen pengukuran, penelitian ini memanfaatkan skala Likert yang berfungsi untuk mengidentifikasi dan mengkuantifikasi sikap, opini, serta persepsi responden terhadap suatu pernyataan melalui beberapa pilihan tingkat persetujuan (Sugiyono, 2013). Melalui skala ini, responden dapat menunjukkan sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Dalam penelitian ini digunakan empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Pemilihan empat alternatif jawaban tanpa pilihan netral dilakukan agar responden tidak cenderung memilih jawaban tengah dan lebih terdorong untuk menentukan sikap secara jelas. Penggunaan empat alternatif jawaban tanpa pilihan netral dilakukan agar responden lebih terdorong untuk menentukan sikap secara jelas dan mengurangi kecenderungan memilih jawaban tengah (Siyoto & Sodik, 2015). Dengan demikian, penggunaan skala Likert empat poin dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sikap santriwati terhadap variabel yang diteliti..

Kuesioner kemudian dikirimkan secara daring kepada responden yang telah ditetapkan sesuai kriteria penelitian. Penyebaran kuesioner *secara daring dilakukan untuk mempermudah proses pengumpulan data serta meningkatkan efisiensi waktu dan jangkauan responden*. Dalam penelitian ini, skala Likert yang digunakan terdiri dari:

Tabel 3.2

Skala Pengukuran

NO	SKALA	SKOR
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Dibuat Oleh Penulis, 2025

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, proses analisis data dilakukan melalui pendekatan regresi berganda, yang dipilih untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Data yang terkoleksi dari kuesioner kemudian diproses menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 guna memperoleh temuan penelitian.

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas berperan sebagai instrumen evaluatif untuk mengukur tingkat ketepatan setiap item pernyataan dalam merefleksikan konstruk penelitian. Proses verifikasi dilakukan dengan mengomparasikan nilai r hitung terhadap r tabel serta mengobservasi besaran nilai signifikansi. Sebuah indikator dinyatakan memiliki validitas yang memadai apabila nilai r hitung melampaui r tabel dan nilai probabilitasnya berada di bawah ambang 0,05. Sebaliknya, indikator akan diklasifikasikan tidak valid apabila nilai r hitung tidak mampu melampaui r tabel dan tingkat signifikansinya melebihi 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tahapan verifikasi yang digunakan untuk menilai tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mereproduksi hasil pengukuran secara stabil. Prosedur ini berlandaskan pada koefisien Cronbach's Alpha sebagai parameter evaluasi. Instrumen penelitian akan diklasifikasikan reliabel apabila

menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, yang mengindikasikan adanya konsistensi internal yang memadai. Sebaliknya, nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ menunjukkan bahwa instrumen belum memiliki tingkat keandalan yang cukup sehingga perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut.

2. Uji Asumsi Klasik

Tahap verifikasi melalui uji asumsi klasik diterapkan sebagai tahap permulaan untuk menilai kelayakan model regresi sebelum memasuki proses analisis yang lebih lanjut. Pengujian ini bertujuan guna memastikan bahwa model yang dibangun mampu menghasilkan estimasi yang akurat, konsisten, serta tidak terdistorsi oleh permasalahan statistik tertentu. Dalam penelitian ini, instrumen pengujian yang digunakan meliputi normalitas data, multikolinearitas antarvariabel independen, serta heteroskedastisitas pada residual model.

Pemilihan jenis pengujian tersebut selaras dengan karakteristik data yang digunakan, yakni data cross section yang dikumpulkan dari responden pada periode pengamatan yang sama melalui instrumen kuesioner. Karakteristik utama data ini terletak pada pengumpulan informasi yang dilakukan pada satu waktu tertentu tanpa adanya observasi berulang terhadap responden yang sama. Dengan demikian, penerapan ketiga uji asumsi klasik tersebut menjadi langkah yang relevan untuk mendukung validitas dan ketepatan hasil analisis regresi (Gujarati & Porter, 2009). Karena penelitian ini tidak menggunakan data runtut waktu, maka pengujian

difokuskan pada asumsi-asumsi yang relevan dengan model regresi pada data survei.

Uji autokorelasi tidak dilakukan karena keberadaan autokorelasi lazim dijumpai pada studi yang menggunakan data time series, karena jenis data tersebut merekam pengamatan yang berlangsung secara kontinu dalam data runtut waktu, di mana terdapat kemungkinan hubungan antara residual pada periode sebelumnya dengan periode berikutnya. Sementara itu, penelitian ini hanya melakukan satu kali pengambilan data, sehingga tidak terdapat hubungan antar waktu yang dapat menimbulkan autokorelasi (Asari et al., 2023).

Selain itu, uji linearitas tidak dilakukan secara terpisah karena penelitian ini berasumsi bahwa interaksi antara variabel bebas dan variabel terikat mengikuti pola hubungan linier, sebagaimana karakteristik model regresi linier berganda yang digunakan. Pengujian linearitas secara tidak langsung telah tercermin dalam model regresi yang dibangun melalui pengolahan data menggunakan SPSS. Oleh karena itu, selama model regresi memenuhi asumsi klasik lainnya seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, maka model dianggap telah memenuhi kriteria kelayakan untuk digunakan dalam analisis (Asari et al., 2023).

Dengan demikian, penggunaan tiga uji asumsi klasik dalam penelitian ini dinilai telah mencukupi untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan analisis dan mampu menghasilkan temuan yang akurat.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ada untuk mengevaluasi apakah komponen residual pada model regresi mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas residual dapat dilakukan melalui uji nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang sering digunakan untuk menilai kesesuaian distribusi data. Keputusan pengujian diambil berdasarkan nilai signifikansi, yaitu jika signifikansi Kriteria normalitas data ditentukan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh. Nilai signifikansi yang melebihi 0,05 mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal, sedangkan nilai yang berada di bawah 0,05 menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi kemungkinan terjadinya korelasi di antara variabel independen yang digunakan dalam model regresi. Kondisi tersebut dapat mengganggu ketepatan dalam mengestimasi parameter regresi, sehingga keberadaannya perlu dideteksi melalui pengujian statistik. Pengukuran multikolinearitas umumnya dilakukan dengan memperhatikan nilai tolerance serta Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi diduga mengandung multikolinearitas apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya perbedaan varians residual antar observasi dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan baik apabila memenuhi asumsi homoskedastisitas, yang menunjukkan bahwa varians residual tetap dan tidak mengalami perubahan, yakni varians residualnya konstan. Jika varians residual menunjukkan fluktuasi atau variasi, maka model tersebut mengalami heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah teknik analisis statistik yang diterapkan untuk mengevaluasi hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. Teknik ini digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan memperhitungkan pengaruh dari variabel-variabel independen. Dalam model tersebut, dilakukan estimasi koefisien yang menunjukkan besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Bentuk umum persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Y = Ketertarikan Konsumen

X_1 = *Influencer*

X_2 = *Rating Ulasan*

e = *Error* atau residual

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t merupakan metode pengujian yang digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat.

Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%, kriteria pengujian ditetapkan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai t-hitung lebih rendah dibandingkan t-tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Keadaan ini menandakan bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan metode pengujian yang digunakan untuk menilai pengaruh seluruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi gabungan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

Dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, dasar pengambilan keputusan yang digunakan meliputi:

- 1) Apabila nilai F-hitung berada di bawah F-tabel, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai F-hitung melebihi F-tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Keadaan ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

5. Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang 0 sampai 1. Semakin kecil nilai R^2 , maka semakin terbatas kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan sebagian besar variasi yang terdapat pada variabel dependen. Peningkatan nilai R^2 mencerminkan kualitas model yang lebih baik, sementara nilai R^2 yang rendah mengindikasikan keterbatasan dalam menjelaskan hubungan antarvariabel.

I. Tahapan Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian mengenai Pengaruh *Influencer* dan *Rating* Ulasan terhadap Ketertarikan Konsumen Membeli Produk Kosmetik Halal, peneliti melalui beberapa tahapan berikut:

1. Identifikasi Masalah

Langkah pertama dalam pelaksanaan penelitian ini adalah merumuskan permasalahan yang menjadi fokus utama kajian. Pada tahap ini, peneliti melakukan observasi awal dan studi literatur untuk menemukan isu atau permasalahan yang relevan, yaitu pengaruh *influencer* dan *rating* ulasan terhadap ketertarikan santriwati dalam membeli produk kosmetik halal. Proses identifikasi masalah dilakukan guna memastikan bahwa penelitian memiliki fokus yang terarah serta tujuan yang jelas dan terdefinisi dengan baik.

2. Pengumpulan Data

Setelah masalah teridentifikasi, peneliti melakukan pengumpulan data yang diperlukan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu santriwati kelas Ulya di Pondok Pesantren Darussalam Martapura. Proses ini dilaksanakan secara sistematis untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat valid dan mampu mendukung proses analisis dalam penelitian.

3. Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah berhasil dihimpun kemudian melalui tahapan pengolahan dan analisis dengan menggunakan berbagai teknik statistik. Analisis yang dilakukan mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta analisis regresi linier berganda guna menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tahapan ini juga mencakup pengujian hipotesis guna mengetahui sejauh mana variabel *influencer* dan *rating* ulasan berpengaruh terhadap minat konsumen dalam membeli produk kosmetik halal.

4. Tahap Penyusunan Laporan Penelitian

Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah penyusunan laporan. Pada fase ini, seluruh hasil penelitian mulai dari latar belakang, metode penelitian, hasil analisis, hingga kesimpulan dan rekomendasi disusun secara terstruktur dan sistematis dalam bentuk skripsi. Laporan penelitian ini kemudian dipresentasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban ilmiah dari proses penelitian yang telah dilakukan.