

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini termasuk penelitian survei. Survei merupakan proses pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner subjek dan objek penelitian (Yusuf, 2017).

Adapun jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif eksplanasi dan mengumpulkan data menggunakan metode dengan menyebar kuesioner melalui *google form*. Tujuan dari kuantitatif ekplanasi untuk menjelaskan generalisasi sampel terhadap populasinya, atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh suatu variabel terhadap yang lain (Abdullah M., 2015).

B. Lokasi Penelitian

Penulis mengambil lokasi penelitian di Kabupaten Tanah Bumbu Provinsi Kalimantan Selatan, dilakukan pada konsumen yang melakukan pembelian produk MS Glow. Alasan peneliti melakukan penelitian di Kabupaten Tanah Bumbu karena lokasi tersebut merupakan wilayah tempat tinggal peneliti sehingga lokasi tersebut mudah untuk dijangkau. Dalam melakukan penelitian ini peneliti juga menemukan

responden yang tepat untuk membantu jalannya peneliti dan ketika peneliti kekurangan data peneliti maka lebih mudah mendapatkannya karena jarak yang ditempuh mudah dijangkau.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai sumber (Sugiyono, 2018). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen wanita berumur 17-40 tahun di Kabupaten Tanah Bumbu yang menggunakan produk MS Glow minimal 6 bulan pemakaian.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Dalam penelitian ini tidak semua elemen dari populasi diambil, namun hanya sebagian dari populasi yang memenuhi kriteria. Dalam penelitian ini penentuan sampel menggunakan metode tidak acak atau biasa dikenal *non probability sampling*, dengan metode ini tidak semua elemen populasi berpeluang menjadi sampel (Sinambela, 2021). Karena populasi dalam penelitian ini bersifat beragam tidak semua populasi mengonsumsi produk MS Glow tersebut sehingga populasi bersifat tidak homogen. Penelitian ini menggunakan teknik metode *non probability sampling* dengan jenis purposive sampling dimana penentuan sampel menggunakan pertimbangan tertentu yang telah ditetapkan peneliti (Saputra 2022).

Teknik ini digunakan karena penelitian ini memerlukan responden dengan beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- a. Masyarakat Kabupaten Tanah Bumbu
- b. Konsumen wanita berumur 17 - 40 tahun
- c. Konsumen yang menggunakan produk MS Glow minimal 6 bulan pemakaian.

Pada penelitian ini, konsumen yang pernah menggunakan produk MS Glow di Kabupaten Tanah Bumbu tidak diketahui secara pasti jumlahnya sehingga perhitungan jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini menggunakan rumus Cochran. Pendekatan rumus Cochran digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti (Sugiyono,2018). Adapun rumus Cochran dinotasikan sebagai berikut:

Rumus Cochran:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95% dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

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

Adapun jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

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

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

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

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat diketahui jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden dan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden, guna apabila terjadi kerusakan pada kuesioner maupun responden lupa mengembalikan kuesioner kepada peneliti.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah sumber utama data penelitian yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen wanita berumur 17-40 tahun di kabupaten Tanah Bumbu terkait keputusan pembelian produk MS Glow.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran atau tujuan utama penelitian. Objek yang diteliti adalah pengaruh label halal, kualitas produk, dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian MS Glow di Kabupaten Tanah Bumbu.

E. Data dan Sumber data

Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka dan dapat dihitung. Pada penelitian ini yang merupakan data kuantitatif adalah data hasil kuesioner responden mengenai label halal, kualitas produk, *celebrity endorser*, dan keputusan pembelian. peneliti menggunakan dua data untuk mendukung jalannya penelitian:

1. Data Primer

Data yang peneliti dapatkan langsung di lapangan baik berupa wawancara, pengamatan bahkan kuesioner ialah data primer. Sumber data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang dikumpulkan dari pemakai produk MS Glow di kabupaten Tanah Bumbu.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber data sekunder, yaitu sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkapkan data yang diharapkan. Dimana data-data atau dokumen peneliti dapatkan dari lokasi yaitu di kabupaten Tanah Bumbu. Sumber data sekunder dapat membantu member keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembandingan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku laporan tahunan, dokumen-dokumen berupa catatan, gambar atau foto (Jaya, 2020).

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan

cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana kuesioner sudah disertakan pilihan jawaban sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah disediakan.

G. Desain Pengukuran

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian (Gainau, 2016). Dalam penelitian ini melibatkan tiga variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*).

a. Variabel bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- 1) Label Halal (X1)
- 2) Kualitas Produk (X2)
- 3) *Celebrity Endorser* (X3)

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*),

Variabel terikat merupakan variabel yang memberikan reaksi/respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat (*Dependent Variabel*) dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian) (Narimawati, 2020).

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Anshori, 2020).

Dalam melakukan penelitian terhadap variabel yang akan diuji pada setiap jawaban akan diberi skor, skala *likert* menggunakan lima tingkatan jawaban yang diberi skor, yaitu:

Tabel 3.1
Tabel Skala

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

H. Instrumen Penelitian

Menyusun instrument penelitian merupakan hal yang penting dalam langkah-langkah penelitian, instrument bertindak sebagai alat bantu ukur dalam mengumpulkan data yang diinginkan peneliti, bentuk instrument memiliki kaitan dengan metode pengumpulan data (Sugiyono, 2018). instrument penelitian pada

penelitian ini adalah kuesioner atau angket berupa sejumlah pertanyaan tertulis mengenai label halal (X1), Kualitas Produk (X2), *Celebrity Endorser* (X3), dan Keputusan Pembelian (Y), Adapun responden adalah masyarakat yang terpilih sebagai orang yang menjawab pertanyaan yang diberikan peneliti. Adapun kisi-kisi instrument peneliti sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-kisi instrument penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Label Halal (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi gambar dan tulisan 4. Menempel pada kemasan 5. Label halal yang meyakinkan konsumen dalam memilih produk MS. Glow. 	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>feature</i>) 3. Keandalan (<i>reliability</i>) 4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>) 5. Daya Tahan (<i>durability</i>) 6. Kegunaan (<i>serviceability</i>) 7. Estetika (<i>aesthetic</i>) 8. Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>). 9. Kualitas produk terjamin. 	<i>Likert</i>
<i>Celebrity Endorser</i> (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visibilitas (<i>Visibility</i>) 2. Kredibilitas (<i>Credibility</i>) 3. Daya Tarik (<i>Attraction</i>) 4. Kekuatan (<i>Power</i>). 5. <i>Celebrity Endorser</i> yang mengedepankan akhlak, moral dan etika. 	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 	<i>Likert</i>

(Y)	3. Pemilihan waktu 4. Pemilihan metode/cara pembayaran 5. Membeli produk karena harga terjangkau 6. Mengedepankan kebutuhan bukan keinginan.	
-----	---	--

I. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistic untuk mengukur pengaruh label halal, kualitas produk, dan *celebrity endorser* terhadap minatbeli produk MS Glow.

1. Uji Prasyarat

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah elemen-elemen dalam daftar pertanyaan dapat digunakan untuk mendefinisikan suatu variabel. Korelasi antara skor pertanyaan dengan skor keseluruhan konstruk atau variabel valid digunakan dalam penelitian ini sebagai uji validitas. Ketentuan validitas instrumen dinyatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Istilah "pengujian reliabilitas" mengacu pada proses menentukan apakah suatu instrumen cukup baik untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data atau tidak. Instrumen yang telah terbukti dapat dipercaya dan reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Untuk mendapatkan indeks ketergantungan pertanyaan dalam satu kesempatan, yaitu mengukur pertanyaan hanya sekali dan kemudian

membandingkan hasilnya dengan pertanyaan lain atau untuk mengevaluasi korelasi antara jawaban atas pertanyaan. Uji statistik *Cronbach Alpha* (α) digunakan oleh SPSS untuk menentukan reliabilitas. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha(α) lebih besar dari 0,60 (Hidayat, 2021).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah suatu distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yang didefinisikan sebagai distribusi data berbentuk lonceng (*bellshaped*). Data “baik” memiliki pola, seperti distribusi normal, di mana distribusi data tidak miring ke kiri atau ke kanan (Santoso, 2017). Uji normalitas dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik statistik yang disebut uji Kolmogorov-Smirnov.

Uji Kolmogorov-Smirnov membandingkan distribusi data (yang akan diperiksa normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data yang akan dikerjakan normal atau tidak:

- 1) Jika nilai signifikan (\leq) maka data berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikan (\geq) maka data tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui apakah ada variabel bebas dalam suatu model yang memiliki kemiripan satu sama lain (Sujarweni, 2016). Untuk

mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas maka bisa dilihat dari dua hal berikut:

- 1) Jika nilai tolerance $\leq 0,10$, maka terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF ≥ 10 , maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji statistik yang mencari perbedaan varianceresidual satu periode pengamatan dibandingkan periode lainnya. Cara mengetahui apakah heteroskedastisitas suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*. Regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas apabila:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola (Sujarweni, 2016).

3. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel *independent* dengan variabel *dependent* dalam penelitian ini, maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis yang meliputi: uji F (uji simultan), uji-t (uji signifikan parsial), dan koefisien determinasi (*Adjusted R²*). Prosedur analisis digunakan dengan bantuan

perangkat SPSS *Statistic 22 For Windows* untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

a. Uji f (Simultan)

Uji statistik f menentukan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel; jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Darma, 2021). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berikut ini adalah syarat untuk menerima atau menolak hipotesis:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05.
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

b. Uji t (Uji Signifikan Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen secara sendiri-sendiri (parsial) (Darma, 2021). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Faktor-faktor berikut digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis harus ditolak atau diterima:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05.
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Berdasarkan nilai t hitung dan t table yaitu:

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi variasi pada variabel dependen yang telah dijelaskan oleh regresi. R^2 adalah angka yang berkisar dari 0 hingga 1, jika $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan jika $R^2 = 1$, maka terdapat keterkaitan antara variasi Y dan X , atau variasi Y dapat dijelaskan seluruhnya oleh X (Darma, 2021).

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan analisa pada penelitian yang mempunyai variabel bebas lebih dari satu, dan kemudian dianalisa pengaruh setiap variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Penelitian ini terdapa tempat variabel, variabel bebas yaitu Label Halal (X_1), Kulaitas Produk (X_2), *Celebrity Endorser* (X_3), dan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y).