BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian pada studi ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan, di mana peneliti secara langsung mengakses sumber data di lokasi untuk memperoleh informasi yang relevan. Penelitian ini dirancang untuk mengkaji sejauh mana pengaruh faktor agama, budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan konsumen dalam melakukan boikot terhadap produk yang berafiliasi dengan Israel.

2. Pendekataan Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini adalah kuantitatif, yang berpijak pada pandangan positivistik. Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha untuk mengamati fenomena berdasarkan populasi maupun sampel tertentu dengan menggunakan instrumen yang telah distandarisasi untuk pengumpulan data. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis secara numerik dengan teknik statistik, tujuannya untuk menguji kebenaran rumusan hipotesis secara objektif dan berdasarkan data lapangan. (Sugiyono, 2014:8)

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penlitian ini berbasis *online* atau dunia maya pada salah satu platform media sosial terkenal dan banyak digunakan masyarakat seluruh dunia, yaitu Twitter atau kini dikenal dengan nama lain X.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Mengacu pada definisi dari Sugiyono (2014:80), populasi adalah sekumpulan objek atau subjek yang menjadi ruang lingkup generalisasi dari suatu penelitian, di mana setiap anggotanya memiliki karakteristik tertentu sesuai kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Populasi inilah yang menjadi dasar untuk melakukan penarikan kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh pengguna aktif platform X. Namun, jumlah pasti pengguna platform X di Indonesia tidak dapat dipastikan secara akurat karena jumlahnya yang terus mengalami pertumbuhan setiap harinya.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih karena dianggap mewakili karakteristik keseluruhan. Sampel digunakan apabila jumlah populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti secara menyeluruh karena keterbatasan waktu, tenaga, dan sumber daya. Sugiyono (2014:81) menyatakan bahwa hasil dari penelitian dapat digeneralisasikan selama sampel yang diambil benar-benar representatif dan mencerminkan sifat dari populasi secara

keseluruhan. Pada penelitian ini, digunakan metode random sampling, yaitu pemilihan sampel secara acak dari populasi yang ada.

Penelitian ini difokuskan pada warganet Indonesia pengguna platform X, sehingga sampel yang diambil hanya merepresentasikan populasi tersebut. Meskipun platform X bersifat global, ruang lingkup penelitian dibatasi secara geografis dan sosiokultural agar relevan dengan konteks sosial keagamaan di Indonesia. Oleh karena itu, teknik *simple random sampling* digunakan untuk memastikan keterwakilan responden dari kalangan pengguna aktif di Indonesia secara proporsional. Jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow (n=96) telah dianggap memadai untuk merepresentasikan populasi tersebut secara statistik.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan jumlah sampel penelitian ini dihitung dengan rumus Lemeshow (1997). Pemilihan rumus ini didasarkan pada ketidaktahuan jumlah populasi secara pasti, mengingat jumlah pengguna platform X bersifat dinamis dan terus mengalami perubahan. Rumus Lemeshow dipandang relevan untuk digunakan dalam kondisi populasi yang tidak diketahui secara pasti atau sangat besar. Dengan menggunakan pendekatan ini, diperoleh jumlah sampel yang representatif sehingga memungkinkan analisis yang akurat terhadap perilaku pengguna platform X di Indonesia.

$$n = \frac{z^2 p\,(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10% Maka hasil perhitungan dari rumus Lemeshow: $n = \frac{z^2\ p\ (1 - p)}{d^2}$

$$n = \frac{(1{,}96)^2 \,.\, 0{,}5\ (1 - 0{,}5)}{(0{,}10)^2}$$

$$n = \frac{3{,}8 \,.\, 0{,}5 \,.\, 0{,}5}{0{,}01}$$

$$n = \frac{0{,}96}{0{,}01}$$

$$n = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, jumlah minimum responden yang diperlukan yaitu sebanyak 96 orang. Jumlah tersebut dianggap cukup untuk mewakili populasi dan memenuhi kebutuhan analisis dalam penelitian ini.

Teknik dalam menentukan sampel yaitu *simple random sampling*. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2014:82), *simple random sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada seluruh anggota populasi untuk terpilih sebagai responden penelitian. Penggunaan teknik ini dianggap tepat karena seluruh pengguna platform X di Indonesia memiliki peluang yang setara untuk dijadikan responden, tanpa memperhatikan pembagian kelompok atau lapisan tertentu dalam populasi.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang ingin dikaji di penelitian ini yaitu pengaruh perilaku konsumen yang didasari oleh lima variabel yaitu faktor agama, budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan boikot produk terafiliasi Israel.

2. Sumber Data

Sumber data adalah responden yang melakukan pengisian angket atau kuesioner yang disebar.

F. Variabel dan Indikator

1. Variabel Penelitian

Variabel diartikan sebagai atribut atau ciri yang dimiliki oleh individu atau objek, yang membedakan satu entitas dengan entitas lainnya. Variabel menunjukkan adanya variasi baik antar individu maupun antar objek yang menjadi fokus penelitian (Sugiyono, 2014:38). Pada penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu:

a. Variabel independen (X) merupakan variabel yang dianggap memengaruhi atau menjadi penyebab munculnya perubahan pada variabel lain. Variabel ini bebas dan tidak tergantung pada variabel lain dalam penelitian, namun justru memengaruhi keberadaan variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri atas lima faktor, yaitu: faktor keagamaan (X1), faktor budaya (X2), faktor sosial (X3), faktor pribadi (X4), dan faktor psikologis (X5).

b. Variabel dependen (Y) adalah variabel yang mengalami perubahan akibat adanya pengaruh dari variabel independen. Dengan kata lain, variabel ini menjadi hasil atau akibat dari hubungan sebab-akibat. Dalam konteks penelitian ini, variabel dependen merujuk pada keputusan konsumen untuk melakukan boikot terhadap produk yang berkaitan dengan Israel.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber Teori	Skala
Faktor Agama (X1)	Dimensi keagamaan yang memengaruhi perilaku individu dalam kehidupan, termasuk konsumsi.	*a.* Keyakinan *(Belief)* b. Praktik (Ritual) c. Pengalaman *(Experience)* d. Pengetahuan *(Knowledge)* e. Konsekuensi *(Consequences)*	Glock & Stark (1965)	Ordinal
Faktor Budaya (X2)	Faktor dasar dalam membentuk nilai, persepsi, dan perilaku yang dipelajari dari masyarakat.	a. Budaya b. Sub-budaya c. Kelas sosial	Kotler & Keller (2016)	Ordinal
Faktor Sosial (X3)	Pengaruh sosial yang berasal dari interaksi dengan orang lain dalam kelompok sosial.	a. Keluarga b. Kelompok referensi c. Peran dan status sosial	Kotler & Keller (2016)	Ordinal
Faktor Pribadi (X4)	Karakteristik pribadi individu yang memengaruhi perilaku konsumsi.	a. Usia b. Pekerjaan c. Gaya hidup d. Kepribadian	Kotler & Keller (2016)	Ordinal

Faktor Psikologis (X5)	Faktor internal psikologis yang memengaruhi bagaimana individu memilih produk.	a. Motivasi b. Persepsi c. Pembelajaran d. Sikap dan keyakinan	Kotler & Keller (2016)	Ordinal
Keputusan Boikot Produk (Y)	Tahapan proses pengambilan keputusan konsumen hingga memilih untuk melakukan boikot.	a. Kesadaran kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian atau penolakan e. Perilaku pasca-pembelian	Schiffman & Kanuk	Ordinal

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan menyampaikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, untuk dijawab berdasarkan kondisi, pandangan, atau pengalaman pribadi mereka. Teknik ini dinilai cukup efisien, khususnya ketika jumlah responden yang dituju cukup besar dan tersebar di lokasi yang berbeda-beda. Pertanyaan dalam kuesioner dapat berbentuk terbuka maupun tertutup, dan penyebarannya dapat dilakukan secara langsung atau melalui media seperti layanan pos dan platform daring (Sugiyono, 2014:142).

Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang disebarkan melalui Google Form kepada pengguna platform X.

Penggunaan kuesioner dimaksudkan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan aspek-aspek seperti pemikiran, perasaan, sikap, keyakinan, nilai, persepsi, kepribadian, serta perilaku responden. Instrumen penelitian berbentuk angket tertutup, di mana responden akan memilih jawaban dari alternatif yang telah tersedia. Pilihan jawaban tersebut diharapkan mampu menggambarkan sikap atau kondisi yang sebenarnya dirasakan oleh responden. Setiap item dalam angket disusun menggunakan skala pengukuran, yaitu skala Likert, yang digunakan untuk mengidentifikasi sikap, opini, serta persepsi responden terhadap isu sosial yang diteliti (Sugiyono, 2014:93). Tiap pernyataan dalam skala Likert memiliki lima tingkat respons, yang merepresentasikan spektrum sikap dari yang paling setuju hingga yang paling tidak setuju. Adapun kategorinya meliputi: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) (Sugiyono, 2014:93).

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data merupakan tahapan penting dalam penelitian yang menggunakan instrumen kuesioner, dengan tujuan bahwa data yang dikumpulkan dapat dipastikan memiliki tingkat keabsahan dan keandalan yang dapat dipertanggungjawabkan. Uji ini meliputi tiga jenis pengujian, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses penilaian terhadap suatu angket atau kuesioner untuk memastikan bahwa setiap pernyataan atau pertanyaan dipastikan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. (Indartini & Mutmainah, 2024:2)

b. Uji Reliabilitas

Instrumen kuesioner dianggap memiliki tingkat reliabilitas tinggi apabila respons yang diberikan oleh responden terhadap setiap butir pertanyaan menunjukkan konsistensi, meskipun diuji dalam waktu atau kondisi yang berbeda. Dalam penelitian ini, tingkat keandalan instrumen diukur menggunakan teknik *Cronbach's Alpha (α).* Nilai Alpha yang diperoleh berfungsi untuk menilai konsistensi internal dari setiap indikator yang digunakan. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Indartini & Mutmainah, 2024:7).

2. Uji Asumsi Klasik

Sejumlah asumsi klasik perlu dipenuhi dalam regresi linier berganda agar hasil analisis tidak bias dan memiliki efisiensi tinggi. Maka, dilakukan beberapa pengujian asumsi, yang meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Indartini & Mutmainah, 2024:9)

a. Uji Normalitas

Sebagai teknik analisis parametrik, regresi linier berganda mensyaratkan bahwa data memiliki distribusi normal. Untuk menguji asumsi ini, digunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit*. Data dapat dinyatakan berdistribusi

normal apabila p-value yang dihasilkan lebih besar dari α = 0,05. (Indartini & Mutmainah, 2024:9).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan guna mengidentifikasi korelasi antar variabel bebas. Korelasi tinggi dapat menyebabkan kesulitan dalam memisahkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel terikat, sehingga menurunkan akurasi estimasi. Untuk mendeteksinya, digunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF).* Jika nilai VIF ≥ 10 atau nilai toleransi ≤ 0,10, maka variabel tersebut dapat dikatakan mengalami masalah multikolinearitas (Indartini & Mutmainah, 2024:15).

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui residual dalam model memiliki varian yang konstan atau tidak, maka diperlukan uji heteroskedastisitas. Apabila tidak terdapat pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat dan nilai-nilai variabel bebas, maka model tersebut tidak mengalami gejala heteroskedastisitas (Indartini & Mutmainah, 2024:24).

3. Uji Regresi Berganda

Regresi Linier Berganda merupakan salah satu teknik dalam analisis statistik yang digunakan untuk menjelaskan hubungan linier antara lebih dari satu variabel bebas (X_1, X_2, ... X_n) terhadap satu variabel terikat (Y). Analisis ini berguna untuk mengetahui arah pengaruh dari setiap variabel independen, apakah bersifat positif maupun negatif, serta untuk memprediksi nilai Y berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel-variabel X (Indartini & Mutmainah, 2024:39).

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4+ b5X5$$

Keterangan:

Y : Keputusan Boikot

X1: Faktor Agama

X2: Faktor Budaya

X3: Faktor Sosial

X4: Faktor Pribadi

X5: Faktor Psikologis

a : Konstanta, Nilai Y jika X : 0

b : Nilai koefisien masing-masing variabel bebas

4. Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*R-square* atau R^2) berguna sebagai ukuran untuk melihat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel terikat. Nilai R^2 mencerminkan sejauh mana kontribusi seluruh variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen dalam suatu model regresi (Indartini & Mutmainah, 2024:45).

b. Uji T

Untuk mengukur sejauh mana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu, maka perlu dilakukan uji t. Tujuannya adalah untuk menilai tingkat signifikansi kontribusi setiap variabel independen dalam model regresi.

Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji t sebagai berikut:

1). Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis alternatif (Ha) diterima.

2). Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis alternatif (Ha) di tolak.

c. Uji F

Tujuan dilakukan uji f adalah untuk menilai apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini menunjukkan keberartian model secara simultan.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji f sebagai berikut:

1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ha diterima, artinya seluruh variabel independen bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ha ditolak, artinya yang berarti variabel bebas secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan

I. Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang tersusun secara sistematis, diantaranya:

1. Tahap Perencanaan

Tahap pertama adalah tahap perencanaan, yang mencakup proses identifikasi permasalahan, perumusan masalah, pelaksanaan studi pendahuluan terhadap topik yang akan diteliti, penyusunan hipotesis, penentuan responden atau sampel yang akan diteliti, serta penyusunan rancangan penelitian secara menyeluruh sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian di lapangan.

2. Tahap Pendahuluan

Tahap awal ini mencakup penyusunan proposal penelitian yang memuat perencanaan penelitian. Surat Penetapan Judul diterbitkan pada 19 Agustus 2024 sesudah memperoleh persetujuan dari biro skripsi. Selanjutnya, proposal di uji dalam seminar proposal pada 26 September 2024 dengan Penguji I, Bapak Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary, MA dan Penguji II Ibu Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M.Ag.

3. Tahap Pengumpulan Data

Tahapan ini berfokus pada proses penghimpunan informasi yang diperlukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Setelah data berhasil dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah mengolah data tersebut agar siap digunakan dalam analisis. Proses pengumpulan data dilakukan dalam rentang waktu 28 Februari 2025 hingga 6 Maret 2025.

4. Tahap Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan pada tahap sebelumnya akan di analisis kemudian untuk menemukan penyelesaian permasalahan yang diteliti. Proses analisis dilaksanakan sesudah seluruh data terakumulasi, selanjutnya hipotesis yang telah di kemukakan di uji kebenarannya melalui analisis tersebut. Tahap analisi data dimulai pada bulan Maret 2025.

5. Tahap Penyusunan Akhir

Pada tahap ini, melakukan penyusunan secara keseluruhan dari hasil penelitian sesuai dengan sistematika yang terhitung dari tanggal, bulan, tahun dan setelah mendapat persetujuan dari dosen pembimbing.