

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Karena data dari penelitian ini berisi angka-angka yang dikumpulkan dari responden yang selanjutnya akan dievaluasi, maka dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif sebagai studi dengan fitur objektif yang mencakup pengumpulan data dan analisis statistik data kuantitatif untuk memungkinkan perhitungan yang dapat disajikan sebagai tabel, grafik, dan diagram (Ginting, 2018). Informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah informasi primer yang dikumpulkan peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna kosmetik Wardah. Citra merek, pemasaran ramah lingkungan, dan pelabelan halal digunakan sebagai faktor independen dalam penelitian ini, sedangkan keputusan pelanggan tentang Wardah Cosmetics digunakan sebagai variabel dependen.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan replika dari penelitian sebelumnya dengan faktor objek yang serupa namun berbeda. Replika memiliki kemampuan untuk menggeneralisasi temuan penelitian secara lebih luas dan dapat meningkatkan efikasinya. Untuk memberikan para peneliti bukti dan jawaban yang tepat, Penelitian ini berusaha untuk menentukan apakah penelitian sebelumnya telah dilakukan secara konsisten.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Guna mendapatkan informasi dan kebutuhan data yang diperlukan, penelitian ini akan dilakukan dengan pelanggan wardah di kecamatan Sagulung Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Dimulai pada bulan februari 2023 dan berlanjut hingga semua tugas yang terkait dengan penyusunan tesis ini terpenuhi, penelitian dilakukan selama kurang lebih enam bulan. Tabel di bawah ini menunjukkan bagaimana penelitian dilakukan, yaitu :

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Tahun, Bulan dan Pertemuan														
	Februari		Maret		April		Mei				Juni			Juli	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Pengajuan Judul	■	■													
Studi Pustaka			■	■	■										
Metodologi Penelitian					■	■									
Penyusunan Kuesioner						■	■	■							
Menyebarkan kuesioner								■	■	■					
Mengumpulkan Kuesioner										■	■				
Pengolahan Data											■	■	■		
Penyelesaian Penelitian													■	■	

Sumber: Data Penelitian, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki dan dari mana kesimpulan akan dibuat (Danar, 2020). Bergantung pada rentang kesimpulan yang ditarik, ukuran populasi penelitian akan bervariasi. Seluruh pengguna kosmetik wardah yang berdomisili di kecamatan Sagulung menjadi populasi penelitian ini.

3.4.2 Teknik Penentuan Sampel

Menurut Derang (2020) sampel merupakan representasi dari populasi, dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan secara acak. Siapa saja yang dinilai layak untuk dijadikan sebagai sumber data penelitian ini dapat dilakukan dan sumber data diperoleh dari orang-orang yang pernah memakai produk wardah. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, oleh karena itu peneliti memakai rumus Lemeshow sebagai penentuan jumlah sampel.

$$n = \frac{Z_{1-\alpha}^2 P(1-p)}{D^2}$$

Rumus 3.1 Lemeshow

Sumber: (Nanincova, 2019)

Keterangan :

N = ukuran sampel

Z^2 = derajat kepercayaan (95%, $Z = 1,96$)

P = maksimal estimasi (50% = 0,5)

D = alpha/ besar toleransi kesalahan (10%= 0,1)

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

Jika jumlahnya dibulatkan, responden dalam penelitian ini berjumlah minimal 100, yang merupakan ukuran sampel minimal yang disarankan dengan metode di atas jika populasi tidak diketahui adalah 96,04 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini teknik non probability sampling dengan jenis teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan pengambilan sampel dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Responden yang membeli serta menggunakan produk kosmetik wardah.
2. Responden yang berusia 17 tahun keatas.
3. Responden merupakan penduduk kota Batam dikecamatan Sagulung.

3.5 Sumber Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan fakta dan angka yang mereka butuhkan untuk studi mereka (Sugiyono, 2018). Data primer dan data sekunder merupakan sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Data primer

Data dari pelanggan kosmetik Wardah sendiri dianggap sebagai data primer. Peneliti akan mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah diajukan dan berhubungan dengan masalah penelitian. Pelanggan atau konsumen kosmetik Wardah di Kota Batam akan langsung merespon survey yang telah dibagikan dalam bentuk link Google form (Pane, 2021).

2. Data Sekunder

Jenis informasi kedua yang dibutuhkan peneliti adalah data sekunder. Data sekunder dapat diperoleh secara tidak langsung dalam arti berasal dari temuan yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan dari konsumen. Jumlah pelanggan yang membeli barang Wardah serta kategori barang dagangan yang paling diminati pelanggan merupakan data sekunder yang dimaksud (Mislinda, 2021).

3.6 Metode Skala Likert

Data kuantitatif dikumpulkan melalui distribusi survei. Dengan menggunakan skala likert, yaitu alat ukur yang digunakan untuk menilai sifat, cara pandang orang atau kelompok dengan mengacu pada fenomena sosial, akan digabungkan dengan nilai-nilai kuantitatif ke dalam data (sugiyono, 2019). Dengan menggunakan SPSS versi 25, pendekatan ini dapat menawarkan evaluasi pemahaman yang menunjukkan pernyataan sikap responden. Pendekatan skala likert menghasilkan hasil sebagai berikut

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat Tidak setuju	STS	1

Sumber : Sugiono (2019)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen. Variabel independen menurut (Sugiyono, 2016) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah brand image (X1), green marketing (X2) dan label halal (X3).

3.7.1 Variabel Independen

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen. Variabel independen menurut (Sugiyono, 2018) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah brand image (X1), green marketing (X2) dan label halal (X3).

3.7.2 Variabel Dependen

Keputusan pembelian adalah variabel dependen pada penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2018), variabel dependen adalah variabel yang mungkin dipengaruhi oleh faktor dari variabel bebas lainnya.

Tabel berikut menampilkan variabel operasional sehingga dapat lebih memahaminya lebih jelas, yakni:

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Brand Image (X1)	Brand image yaitu pandangan konsumen tentang merek selaku dugaan dari gabungan merek yang terdapat pada pandangan konsumen (Dewi et al., 2020)	X1 ₁ Citra perusahaan X1 ₂ Citra penggunaan X1 ₃ Citra produk	Likert
Green Marketing (X2)	Green marketing merupakan proses perencanaan hingga pelaksanaan bauran pemasaran untuk memfasilitasi konsumsi, produksi, saluran distribusi, promosi, pengemasan serta reklamasi produk dengan cara memperhatikan dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan (Pertiwi & Sulistyowati, 2021)	X2 ₁ <i>Green produk</i> X2 ₂ <i>Green price</i> X2 ₃ <i>Green place</i> X2 ₄ <i>Green promotion</i>	Likert
Label Halal (X3)	Label halal merupakan penyantunan halal pada kemasan produk untuk	X3 ₁ Pengetahuan X3 ₂ Kepercayaan	Likert

	menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus halal (Wahyurini & Trianasari, 2020).	X ₃ Penilaian tentang label	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tentang pemahaman konsumen dalam kebutuhan dan keinginan bagi suatu produk melalui mengukur dari sumber yang tersedia dan menentukan tujuan dari pembelian serta menentukan pilihan, kemudian melakukan keputusan akan membeli beserta suatu perilaku sesudah melakukan pembelian (Ristanti & Iriani, 2020).	Y ₁ Kemantapan pada sebuah produk Y ₂ Kebiasaan dalam membeli produk Y ₃ Memberikan rekomendasi kepada orang lain Y ₄ Melakukan pembelian ulang	Likert

Sumber: Data Penelitian, 2023

3.8 Metode Analisis Data

Pengujian instrumen penelitian, analisis deskriptif, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi, yakni:

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis penelitian yang disebut statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran sistematis tentang data ilmiah yang sumbernya menjadi tujuan dan fokus penelitian. Analisis statistik deskriptif dapat menggambarkan kondisi variabel yang digunakan apakah variabel tersebut kondisi baik, cukup, dan buruk.

Penelitian ini menggunakan skor minimal dan skor maksimal (Indriantoro, 2018).
Dibawah ini merupakan cara menghitung rentang skala dan tabel mengenai rentang skala, yaitu:

$$RS = \frac{n(M-1)}{M}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan :

RS = Rentang skala

N = Jumlah sampel

M = Jumlah alternatif jawaban persempelel

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$= \frac{400}{5}$$

$$= 80$$

Tabel 3.4 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Katagori
1	100 – 180,00	Sangat Tidak Setuju
2	180,01 – 260,01	Tidak Setuju
3	260,02 – 340,02	Netral
4	340,03 – 420,03	Setuju
5	420,04 – 500	Sangat Setuju

Sumber: Data Penelitian, 2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas menurut (Meilani et al., 2022) adalah prosedur yang digunakan untuk menilai tingkat kebenaran antara data yang sebenarnya dikumpulkan tentang item dan data yang diberikan. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka akan dijadikan kriteria uji validitas penelitian ini.

$$R_{XY} = \frac{n (\sum \chi^i Y_i) - (\sum \chi^i)}{(n (\sum \chi^2) - (\sum \chi)^2)(n (\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}$$

Rumus 3.3 Uji Validitas

Keterangan :

R_{xy} = Koefisien kolerasi

N = Nominal responden

X_i = Nilai pada setiap data di intrimen

Y_i = Nilai pada setiap data di kriteria

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menurut Ghazali (2018) adalah suatu metode untuk menilai hasil suatu kuesioner yang mencakup indikasi untuk semua variabel yang digunakan dalam penelitian. Memiliki dependabilitas yang kuat jika nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,6.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Hendra, 2022) uji normalitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan metode regresi variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji chi square, uji Liliefors, dan uji Kolmogorov-Smirnov adalah tiga contoh pendekatan data yang dapat digunakan untuk penilaian normalitas. Bila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka dinyatakan tidak berdistribusi normal, namun jika $\text{sig} > 0,05$ maka dinyatakan berdistribusi normal.

3.8.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Tanzeh et al. (2020), adalah uji yang digunakan untuk menentukan apakah varians dalam residual satu pengamatan cocok dibandingkan dengan pengamatan lainnya. Pendekatan Scatter Plot dapat digunakan untuk menentukan uji heteroskedastisitas. Dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas jika nilai residual tidak memiliki varians.

3.8.3.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas menurut Tanzeh et al. (2020), merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang sempurna atau hampir sempurna antar variabel independen. Angka Variance Inflation Factor (VIF) yang berisi kriteria dapat digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya fenomena multikolonieritas dalam regresi. Jika nilai ($\text{VIF} > 10$), maka terjadi gejala

multikolinearitas. Di sisi lain, dapat diklaim bahwa tidak ada fenomena multikolinearitas jika nilai (VIF < 10).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik yang digunakan untuk analisis data. Tingkat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dipastikan dengan menggunakan pendekatan ini. Variabel ini menghubungkan variabel Y dengan salah satu variabel (X) (Derang, 2020). Keputusan Pembelian menjadi variabel dependen dalam penelitian ini, dengan *brand image*, *green marketing* dan label halal sebagai faktor independen. Adapun rumus Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_3$$

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Sumber: Hendrison (2020)

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

a = konsanta

b = koefisien regresi berganda

X₁ = *brand image*

X₂ = *green marketing*

X₃ = label halal

3.8.4.2 Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi adalah tes yang digunakan untuk menilai partisipasi yang diberikan kepada satu variabel X atau lebih terhadap variabel Y yang dinyatakan dengan angka yaitu koefisien determinasi. Rumus untuk mencari koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

Rumus 3.5 Koefisien Dertiminasi

Keterangan :

K_d = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut penelitian (Lestari et al., 2019), uji parsial atau dikenal juga dengan T-test digunakan untuk menguji tingkat signifikansi suatu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji ini memiliki tingkat signifikansi 5% (= 0,05). Untuk mengidentifikasi variabel independen brand image, green marketeting dan label halal yang masing-masing memengaruhi variabel dependen, yaitu keputusan pembelian, dilakukan pengujian parsial. Berikut ini adalah karakteristik yang digunakan dalam uji t, yakni:

1. H_0 ditolak atau H_a diperbolehkan jika t hitung $>$ t tabel, yang menunjukkan adanya pengaruh parsial.
2. Tidak ada pengaruh secara parsial jika t hitung $<$ t tabel, artinya H_0 dapat diterima atau H_a dapat ditolak.

3.9.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji Simultan adalah uji statistik objektif yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara semua variabel independen yang ditempatkan dalam mode regresi secara bersamaan dengan variabel dependen yang telah diuji pada taraf 0,05 (Ghozali, 2018). Penentuan uji f memiliki karakteristik diantaranya sebagai berikut:

1. Apabila f hitung $>$ f tabel maka H_0 ditolak dan H_a bisa diterima artinya secara simultan terdapat pengaruh.
2. Apabila f hitung $<$ f tabel maka H_0 bisa diterima dan H_a ditolak artinya secara simultan tidak dapat pengaruh