

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2022:7) Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positifme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknil pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel independent dan variabel dependen dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan yaitu label halal (X_1), citra merek (X_2) dan kualitas produk (X_3). Sedangkan variabel terikatnya yaitu Keputusan pembelian (Y). penelitian ini dilakukan pada study konsumen produk kosmetik wardah di Kabupaten Lumajang. Alasan melakukan penelitian ini pada study konsumen produk kosmetik wardah di Kabupaten Lumajang adalah sebagai berikut:

- 1) Produk kosmetik Wardah pada tahun 2022 menjadi merek kosmetik yang paling banyak diminati oleh Masyarakat Indonesia

- 2) Memiliki fenomena yang menarik berkaitan dengan perkembangan produk kosmetik wardah pada study konsumen di kecamatan lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan jenis data primer menurut Paramita *et al* (2021:72) data primer diartikan sebagai data yang diperoleh melalui survei lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data original. Data primer biasanya disebut sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yaitu hasil pengisian kuisioner oleh responden yaitu konsumen kosmetik wardah di kecamatan lumajang. Hasil dari data primer adalah jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan didalam kuesioner. Pertanyaan tersebut adalah tentang label halal, citra merek dan kualitas produk dan keputusan pembelian dari semua konsumen wardah di kecamatan lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni data internal dan eksternal Menurut Paramita *et al* (2021:72) data internal diartikan sebagai data yang berasal dari dalam organisasi atau perusahaan tersebut. Sedangkan Menurut Paramita *et al* (2021:72) data eksternal diartikan sebagai data yang berasal dari luar organisasi atau perusahaan tersebut. Data eksternal yang diperoleh dari penelitian ini adalah hasil dari penyebaran kuesioner yang

diberikan kepada konsumen yang melakukan pembelian pada produk kosmetik wardah di Kecamatan Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Paramita *et al* (2021:59) populasi adalah gabungan dari keseluruhan elemen yang membentuk peristiwa, hal ataupun orang yang mempunyai karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti karena dipandang sebagai sebuah peluang penelitiannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan kosmetik wardah yang berada dikecamatan lumajang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiono (2022:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan akan dapat diperlakukan untuk populasi.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non probability sampling dan teknik yang dipilih yaitu incidental. Menurut Sugiono (2022:85) Sampling Insidental / Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara

kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Sugiyono (2017:156) metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe. Roscoe memberikan beberapa saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel 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 maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti
4. Untuk penelitian eksperimen sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20

Berdasarkan penjelasan di atas sampel dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu 3 variabel independent dan 1 variabel dependen. Jumlah sampel yang ditentukan untuk setiap variabel adalah 20, sehingga setiap variabel memerlukan minimal 20 responden. Dengan demikian dengan 4 variabel dan 20 responden per variabel total sampel penelitian adalah $4 \times 20 = 80$ sampel responden.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Silaen (2018:69) variabel penelitian adalah sebuah konsep yang mempunyai nilai yang mengandung suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk diamati atau diukur dengan nilai-nilai berbeda atau bervariasi sehingga bisa dipelajari dan dapat ditarik sebuah kesimpulan. Variabel dalam sebuah penelitian terdiri dari dua macam, yaitu:

1. Variabel Independen

Berdasarkan penjelasan Paramita *et al* (2021:37-38) variabel independen merupakan variabel yang menjelaskan bagaimana pemecahan masalah dalam penelitian. Selain itu variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi baik secara positif atau negatif terhadap variabel dependen. Variabel independen dapat disebut sebagai variabel prediktor atau bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Label Halal (X_1) Citra Merek (X_2) dan Kualitas Produk (X_3).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan permasalahan yang akan akan diselesaikan dalam penelitian Paramita *et al* (2021:37). Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2015:97) variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Yang dalam bahasa indonesia bisa disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat, dikarenakan adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian.

3.5.2 Devinisi Konseptual

Konseptual merupakan makna dari konsep yang digunakan dalam penelitian sehingga dapat membantu memudahkan seorang peneliti untuk menjalankan konsep dilapangan saat penelitian dilakukan.

1. Label Halal

Label Halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam Dewi (2016). Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Mamdukh B. dalam Nugraha, 2017).

2. Citra Merek

Citra merek dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Terdapat beberapa definisi tentang citra merek, berikut ini beberapa definisi citra merek menurut para ahli: Menurut American Marketing Association dalam Kotler dan Keller (2008) dalam Firmansyah (2019) Mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu

penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan dari barang atau jasa pesaing.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2014:231) adalah the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Zhang dalam Hartini (2012:83) mengungkapkan bahwa terdapat dua variasi pendekatan dalam kualitas produk yaitu pendekatan kualitas yang obyektif dan kualitas secara subyektif. Pendekatan obyektif menekankan pada pandangan terhadap kualitas secara internal, melalui pendekatan produksi dan penawaran. Sedangkan pendekatan subyektif menekankan pada kualitas secara eksternal yaitu kesesuaian produk yang dihasilkan dengan pandangan eksternal yaitu keinginan atau harapan Keputusan Pembelian.

4. Keputusan Pembelian

Menurut Fathurrahman & Anggesti (2021) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional meruokan hasil dari variabel yang dikembangkan dengan beberapa indikator yang digunakan sebagai dasar pengukuran. Indikator dapat dibentuk dari landasan teori maupun dari hasil penelitian terdahulu. Definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu:

1. Label Halal

Pengukuran Label Halal dalam penelitian ini menggunakan indikator sebagai berikut : Menurut Dalam Utami (2016).

- 1) Gambar, merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan) dibuat dengan coretan alat tulis
- 2) Tulisan, merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- 3) Kombinasi Gambar dan Tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan tulisan yang dijadikan menjadi satu
- 4) Menempel Pada Kemasan, merupakan sesuatu yang melekat pada sebuah kemasan (wadah suatu produk). Pencantuman label halal harus mudah dilihat dan dibaca serta tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak.

Berdasarkan indikator diatas, maka dapat disusun pernyataan sebagai berikut:

- 1) Produk yang dijual memiliki Gambar label halal yang diharapkan
- 2) Produk yang dijual memiliki tulisan label halal yang baik

- 3) Produk yang dijual memiliki kombinasi gambar dan tulisan jadi satu bagian yang bagus
- 4) Saya menyakini label halal yang tertera pada kemasan produk wardah sudah sesuai dengan yang dikeluarkan LPPOM-MUI

2. Citra Merek

Pengukuran Citra Merek dalam penelitian ini menggunakan indikator sebagai berikut : Menurut Amelia dan NST (2017)

- 1) Atribut Produk (*product attribute*), merupakan hal-hal yang berkaitan dengan merek tersebut sendiri, seperti kemasan, rasa, harga, dan lain-lain.
- 2) Keuntungan Konsumen (*consumer benefit*), merupakan kegunaan produk dari merek tersebut.
- 3) Kepribadian merek (*brand personality*), merupakan asosiasi yang mengenai kepribadian sebuah merek.

Berdasarkan indikator diatas, maka dapat disusun pernyataan sebagai berikut:

- 1) Produk kosmetik wardah memiliki kemasan yang sangat bagus
- 2) Produk kosmetik wardah menggunakan bahan yang berkualitas sehingga baik untuk dipakai Produk kosmetik wardah memiliki kepribadian merek yang sangat bagus.
- 3) Produk kosmetik wardah mempunyai ciri khas disetiap produk

3. Kualitas Produk

Pengukuran Kualitas Produk dalam penelitian ini menggunakan indikator sebagai berikut Menurut Sopiah & Sangadji (2016) indikator kualitas produk

- 1) Kinerja (performance), adalah elemen yang terdapat pada kualitas produk yang berkaitan langsung dengan fungsi produk sebagai pemenuhan kebutuhan konsumen.
- 2) Keandalan (Reliabilitas), adalah ketahanan produk selama dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen.
- 3) Daya tahan (durability), adalah pengakuan atas suatu produk terhadap siklus produk, baik secara waktu maupun tekniknya.
- 4) Konsisten, menunjukkan ukuran standar atau spesifikasi tertentu dalam suatu produk.
- 5) Desain, adalah bentuk atau kemasan dari produk yang secara emosional dapat mempengaruhi persepsi dari kualitas produk dan juga mempengaruhi Keputusan konsumen atas produk yang dilihat atau dikonsumsi.

Berdasarkan indikator diatas, maka dapat disusun pernyataan sebagai berikut:

- 1) Produk kosmetik wardah sangat nyaman saat digunakan
- 2) Produk kosmetik wardah sesuai dengan kualitas yang ditetapkan
- 3) Produk kosmetik wardah memiliki daya tahan yang baik

- 4) Produk kosmetik wardah memiliki bentuk yang Spesifik dan warna biru sebagai ciri Khas
- 5) Produk kosmetik wardah memiliki berbagai macam bentuk yang menarik

4. Keputusan Pembelian

Pengukuran Keputusan Pembelian dalam penelitian ini menggunakan indikator sebagai berikut: Menurut Durianto (2016) indikator dalam keputusan pembelian

- 1) Kebutuhan yang dirasakan, konsumen selalu memiliki kebutuhan, dan mereka selalu melakukan pembelian yang memenuhi kebutuhannya.
- 2) Kegiatan sebelum membeli, sebelum melakukan pembelian konsumen melakukan kegiatan Dimana mereka ingin membeli suatu produk.
- 3) Perilaku waktu memakai, perilaku saat menggunakan setiap produk yang ingin dibeli oleh konsumen harus dipilih terlebih dahulu

Berdasarkan indikator diatas, maka dapat disusun pernyataan sebagai berikut:

- 1) Pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan konsumen.
- 2) Produk yang akan dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen
- 3) Pelanggan merasa cocok memakai kosmetik wardah sehingga memilih produk tersebut untuk dipilih

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) Pada prinsipnya peneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena asocial maupun alam. Peneliti dengan data yang sudah ada lebih tepat kalua dinamakan membuat laporan dari pada melakukan penelitian. Namun demikian dalam skala yang paling rendah laporan juga dapat dinyatakan sebagai bentuk penelitian (Emory, 1985). Karena pada prinsipnya peneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus pada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian. Jadi instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Tabel 3.1
Variabel Indikator dan Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala	Sumber
Label halal (X _i)	1.Gambar	1. Produk yang dijual memiliki Gambar label halal yang diharapkan	Ordinal	Muhammad Elmi As Pelu dalam Rahmi, (2018)
	2.Tulisan	2. Produk yang dijual memiliki tulisan label halal yang baik		
	3.Kombinasi Gambar dan Tulisan	3. Produk yang dijual memiliki kombinasi gambar dan tulisan jadi satu kombinasi gambar dan tulisan jadi satu bagian yang bagus		
	4. Menempel pada kemasan	4.Kombinasi gambar dan tulisan jadi satu bagian yang bagus		

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala	Sumber
Citra Merek (X ₂)	1. Atribut produk	1. Produk kosmetik wardah memiliki kemasan yang menarik	Ordinal	Amelia dan NST (2017)
	2. Keuntungan Konsumen	2. Produk kosmetik wardah menggunakan bahan yang berkualitas sehingga baik untuk dipakai		
	3. Kepribadian merek	3. Produk kosmetik wardah mempunyai ciri khas di setiap produk		
Kualitas Produk (X ₃)	1. Kinerja	1. Produk kosmetik wardah sangat nyaman saat digunakan	Ordinal	Sopiah & Sangadji (2016)
	2. Keistimewaan tambahan	2. Produk kosmetik wardah sesuai dengan kualitas yang ditetapkan		
	3. Daya Tahan	3. Produk kosmetik wardah memiliki daya tahan yang baik		
	4. Konsisten	4. Produk kosmetik wardah memiliki bentuk yang Spesifik dan warna biru sebagai ciri Khas		
	5. Desain	5. Produk kosmetik wardah memiliki berbagai macam bentuk yang menarik		
Keputusan Pembelian (Y)	1. Kebutuhan yang dirasakan	1. Pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan konsumen	Ordinal	Duriyanto, (2016)
	2. Kegiatan sebelum membeli	2. Produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen.		
	3. Perilaku waktu memakai	3. Harga produk sesuai kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen.		

Sumber: Diolah peneliti 2024

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Menurut Sugiyono (2022) Observasi sebagai Teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Sutresno hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

3.7.2 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2022) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Pengukuran data dilakukan oleh peneliti dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pertanyaan di kuesioner. Untuk pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan

untuk mengukur setiap pendapat, sikap, maupun persepsi responden tentang kejadian atau gejala sosial Riduan (2015:12). Adapun bentuk dari skala *likert* yakni sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|---|
| 1) Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |
| 2) Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 3) Ragu-ragu (R) | 3 |
| 4) Setuju (S) | 4 |
| 5) Sangat Setuju (SS) | 5 |

Penyebaran kuesioner kepada konsumen kosmetik wardah di Kecamatan Lumajang menggunakan skala *likert* yang dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Peneliti berharap mendapatkan data yang akurat dari responden melalui kuesioner yang dilakukan untuk menilai keputusan pembelian melalui label halal, citra merek dan kualitas produk pada kosmetik wardah di Kecamatan Lumajang.

3.8 Teknik Analisis Data

Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain Menurut Sugiyono (2020:131). Jenis penelitian kuantitatif ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Selain itu, analisis dan pengujian pengaruh akan dilakukan dengan menggunakan asumsi regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi secara normal dan bebas dari multikolinearitas (multikolinearitas) dan heteroskedastisitas (heteroskedastisitas).

3.8.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Alat ukur atau instrumen yang akan dilakukan penelitian agar bisa diterima atau standar yaitu alat ukur yang harus melalui uji *validitas* dan *Reliabilitas*. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan pengujian *validitas* dan *Reliabilitas* terhadap kuesioner yang akan digunakan untuk menjangkau data yang valid dan dapat diandalkan untuk melakukan pengujian hipotesis tahap selanjutnya.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022:121) Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dipakai sebagai pengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghozali (2018:51). Menurut Sugiyono (2012:178), analisis faktor

dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Jika korelasi masing-masing faktor bernilai positif dan besarnya 0,3 atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruk kuat. Dalam penelitian ini, skor instrumen dibatalkan jika korelasi antara skor item dengan skor total kurang dari 0,3.

b. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2022:131) Pengujian Reliabilitas instrument dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test/retest (stability), ekuifalant, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan Teknik tertentu. Nugroho (2011:33) dalam Budiwati (2012) mengemukakan bahwa uji reliabilitas dibedakan dalam table berikut:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Realibilitas

No	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Realibilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33) dalam Budiwati (2012)

Berdasarkan table 3.2 diatas dapat dikatakan bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60 dan jika hasil <0,60 maka suatu konstruk dikatakan tidak reliabel.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Penelitian yang akan menggunakan alat analisis regresi berganda dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Jika asumsi-asumsi yang dimaksudkan tidak terpenuhi, maka hasil analisis kemungkinan berbeda dari kenyataan (biasa). Model regresi linier, khususnya regresi berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

Kriteria BLUE dapat dicapai bila memenuhi syarat asumsi. Pengujian asumsi yang harus dilakukan dalam model regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut :

- 1) Uji Normalitas data
- 2) Uji Multikolinieritas
- 3) Uji Heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independent ataupun keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik harusnya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidaknya dapat diketahui dengan dua pendekatan yaitu grafik dan Kolmogorov Smirnov.

Uji normalitas dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov Test. Dasar pengambilan keputusan yakni sebagai berikut :

- 1) Nilai Probabilitas $> 0,05$, maka hal ini berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal.

2) Nilai Probabilitas $< 0,05$, maka hal ini berarti bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Apabila terjadi kolerasi, maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan bila menghasilkan nilai $VIF > 10$ berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius didalam model regresi. Selain melihat nilai VIF, bisa juga dideteksi dari nilai tolerance, yaitu jika nilai tolerance yang dihasilkan mendekati 0,10 maka model terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjauhi 0,10 maka model telah terjadi/gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model pengujian seperti analisis regresi linier berganda, maka data diharuskan terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas merupakan variasi residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variansi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar dapat memberikan pendugaan model yang lebih akurat.

Menurut Priyatno (2018) dalam Sinaga & Pandiangan (2019) berbagai macam uji heterokedastisitas yaitu dengan pengujian Scatterplots dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Metode ini dengan cara melihat grafik Scatterplots antara standardized predicted value (ZPRED) dengan studentized residual (SRESID). Ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplots antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang sudah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda (multiple linear regression) adalah model regresi linier dengan 1 variabel dependen kontinu beserta (dua atau lebih) variabel independen kontinu dan/atau kategorik Harlan (2018:13). Menurut Saputra & Ardani (2020) model analisis regresi linier berganda digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti memiliki maksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Rumus dari regresi linier berganda adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Keputusan pembelian)

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi variabel independen

β_1 = Label Halal

β_2 = Citra Merek

β_3 = Kualitas Produk

ε = *error*

Dengan analisis regresi linier berganda ini dapat diketahui variabel mana diantara variabel bebas (independen) yakni label halal, citra merek, kualitas produk yang memiliki pengaruh pada variabel terikat (dependen) yakni keputusan pembelian.

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda selanjutnya melakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terhadap pengaruh antarvariabel independen (Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara parsial

a. Uji t (Uji Persial)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen Ghozali (2021:148)

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di kecamatan lumajang.

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di kecamatan lumajang.

b) Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak Terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap Keputusan pembelian kosmetik wardah di kecamatan lumajang.

H_2 : Terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap Keputusan pembelian kosmetik wardah di kecamatan lumajang.

c) Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian kosmetik wardah di kecamatan lumajang.

H_3 : Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian kosmetik wardah di kecamatan lumajang.

2) Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian

Jika - $t_{hitung} > t_{table} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

4) Menemukan nilai t hitung dengan rumus

T_{tabel} dapat dicari dengan mengamati tabel statistik pada tingkat signifikan sebesar 0,05 serta derajat kebebasan $df = n-2$ dimana n adalah besaran sampel

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dalam analisis regresi bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik, hal ini ditunjukkan melalui besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Dalam regresi linier berganda untuk melihat nilai dari koefisien determinasi adalah dengan menggunakan nilai dari *R-square*. Berdasarkan nilai dari koefisien determinasi ini maka dapat diperoleh suatu nilai sebagai ukuran besarnya sambungan variabel independen yakni label halal (X_1) citra merek (X_2) dan kualitas produk (X_3) terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian (Y) yang biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase.