

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini mengkaji perilaku konsumen wanita umur diatas 16 tahun yang pernah berminat membeli dan sudah membeli kosmetik merek wardah di daerah Yogyakarta, dimana daerah ini termasuk banyak yang merupakan pengguna kosmetik. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah produk kosmetik merek wardah yang sudah banyak di gunakan oleh konsumen di Indonesia.

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh langsung dari pengisian kuesioner terstruktur dengan menggunakan skala likert oleh wanita di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

1. Populasi

Populasi yaitu gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen wanita di Daerah

Istimewa Yogyakarta yang pernah berminat membeli atau pernah membeli, berbelanja dan menggunakan kosmetik merek Wardah dengan usia diatas 16 tahun.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian individu yang diteliti, karena jumlah populasi penelitian yang sangat besar dan tidak dapat diteliti seluruhnya. Sampel yang di gunakan adalah 200 responden, sampel diambil dari 25 pertanyaan dikali 8 yaitu dengan hasil 200 responden.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Metode pengambilan sampel *non probabilitas* yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yaitu, wanita di kota Yogyakarta yang berusia 16 tahun keatas yang mempunyai pengetahuan tentang kosmetik halal.

D. Teknik pengumpulan data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode kuisoner. Metode ini digunakan bila responden jumlahnya besar dapat membaca dengan baik dan dapat mengungkapkan hal-hal yang sifatnya rahasia (Sugiyono, 2009). Kuesioner adalah suatu daftar isi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang yang ingin diselidiki atau responden.

Adapun metode kuesioner yang digunakan oleh penulis adalah:

1. Kuesioner langsung (angket langsung) Kuesioner langsung adalah jika daftar pertanyaan dikirimkan langsung kepada orang yang ingin dimintai pendapat, keyakinannya, atau dimintai menceritakan tentang keadaan dirinya sendiri (Daryanto, 2005)
2. Kuesioner tertutup (angket tertutup) Kuesioner tertutup adalah pertanyaan-pertanyaan yang berbentuk dimana responden tinggal memilih jawaban-jawaban yang telah tersedia didalam koesioner itu (Daryanto, 2005).

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif maupun kualitatif yang nilainya dapat berubah-ubah. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu, variabel eksogen yaitu minat beli dan variabel endogen yaitu sikap, noma subjektif, persepsi kontrol perilaku.

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator Pertanyaan	Sumber
Minat beli (Intensi)	1. Rencana perilaku di masa depan (AMA, 1995)	1. Saya berniat untuk membeli kosmetik dengan label halal dalam waktu dekat	1. Tarkiainen dan Sundqvist (2005)
		2. Saya berniat untuk membeli kosmetik dengan bahan baku halal dalam waktu dekat	2. Tarkiainen dan Sundqvist (2005)

Lanjutan Tabel 3.1

	2. Intensi (intention) merupakan usaha yang direncanakan seseorang untuk digunakan dalam melakukan tindakan atau perilaku (Olson,2005)	3. Jika saya memiliki sumberdaya/ kemampuan, saya akan membeli kosmetik dengan label halal 4. Saya akan memilih menggunakan kosmetik yang memiliki label halal	3. Vencantesh (2000) 4. Vencantesh (2000)
Sikap	1. Keseluruhan evaluasi terhadap sesuatu, meliputi sikap terhadap objek maupun terhadap perilaku (Olson, 2013) 2. Sikap didefinisikan sebagai hasil evaluasi yang diekspresikan dalam suka dan tidak suka. (Azjen, 1991)	1. Saya suka menggunakan kosmetik dengan label halal 2. Merupakan hal yang bagus ketika kita menggunakan kosmetik dengan label halal 3. Menurut saya menggunakan kosmetik dengan label halal adalah hal yang penting 4. Merupakan hal yang bagus untuk membeli kosmetik dengan label halal 5. Saya memiliki alasan yang cukup kuat untuk membeli kosmetik halal 6. Saya suka memilih kosmetik dengan label halal 7. Adalah hal yang baik untuk memilih kosmetik dengan label halal	1. Todd dan Taylor 1994 (dalam Endah 2014) 2. Todd dan Taylor 1994 (dalam Endah 2014) 3. Bonne (2007) 4. Todd dan Taylor (1994) 5. Tarkiainen dan Sundqvist (2005) 6. Lada (2009) 7. Lada (2009)

Lanjutan Tabel 3.1

Norma subjektif	Persepsi seseorang terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu (Azjen,1991)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orang-orang yang penting bagi saya memilih untuk menggunakan kosmetik dengan label halal 2. Anggota keluarga saya lebih menyukai kosmetik halal 3. Teman-teman saya akan berpikir bahwa saya seharusnya memilih kosmetik dengan label halal 4. Menurut orang-orang yang penting bagi saya, sebaiknya saya membeli kosmetik dengan label halal 5. Menurut orang-orang yang penting bagi saya, sebaiknya saya membeli kosmetik dengan bahan baku yang halal 6. Menurut orang-orang yang penting bagi saya, seharusnya saya menggunakan kosmetik dengan label halal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lada (2009) 2. Lada (2009) 3. Lada (2009) 4. Tarkiainen dan Sundqvist (2005) 5. Tarkianinen dan Sunqvist (2005) 6. Vencantesh (2000)
Persepsi kontrol perilaku	1. Seberapa jauh seseorang percaya atau merasa mampu untuk melakukan sesuatu (Azjen, 1991)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut saya kosmetik halal mudah untuk diperoleh 2. Menurut saya ada banyak pilihan dari kosmetik halal 3. Menurut saya informasi mengenai label halal pada kosmetik cukup jelas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bonne (2007) 2. Bonne (2007) 3. Bonne (2007)

Lanjutan Tabel 3.1

	2. Persepsi kendali perilaku adalah keyakinan kendali seseorang yang ditimbang dengan persepsi fasilitas dari faktor kendali dalam menghambat atau memfasilitasi perilaku (Todd dan Taylor, 1994)	4. Menurut saya terdapat informasi yang cukup lengkap mengenai kosmetik halal 5. Saya memiliki sumber daya atau kemampuan untuk membeli kosmetik halal 6. Saya memiliki pengetahuan untuk membeli kosmetik halal 7. Saya memiliki sumber daya/kemampuan untuk menggunakan kosmetik halal 8. Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan kosmetik halal	4. Bonne (2007) 5. Todd dan Taylor 1994 (dalam Endah 2014) 6. Todd dan Taylor 1994 (dalam Endah 2014) 7. Todd dan Taylor 1994 (dalam Endah 2014) 8. Todd dan Taylor 1994 (dalam Endah 2014)
--	---	--	---

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2017) Uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas, digunakan menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dalam uji SEM (*Structural Equation Model*) hasil dikatakan valid jika nilai probabilitas > 0,50.

2. Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pengukuran uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur kolerasi antar jawaban pertanyaan. Untuk melakukan uji reliabilitas dalam penelitian ini dilihat dari CR (*Construct reliability*) dimana nilai $CR > 0,70$ maka hasil akan dikatakan reliabel Ghazali (2017).

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Alat untuk menguji hipotesis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling*. SEM dengan menggunakan aplikasi AMOS versi 22.0. Menurut Ghazali (2017) *Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) yang dikembangkan di ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikembangkan di ekonometrika.

Menurut Ghazali (2017) ada 7 langkah yang dilakukan dalam analisis SEM yaitu:

1. Pengembangan Model Berdasar Teori

Model persamaan structural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas antara dua

variabel yang diasumsikan oleh peneliti terletak pada justifikasi (pembenaran) secara teoritis untuk mendukung analisis.

2. Menyusun Diagram Jalur (*path Diagram*)

Diagram Path sangat bermanfaat untuk menunjukkan alur hubungan kausal variabel eksogen dan endogen. Dimana hubungan-hubungan kausal yang telah ada justifikasi teori dan konsepnya, divisualisasikan ke dalam gambar sehingga lebih mudah melihatnya dan lebih menarik. Jika hubungan kausal tersebut ada yang secara konseptual belum *fit* maka dapat di buat beberapa model yang kemudian diuji menggunakan SEM untuk mendapatkan model yang lebih tepat.

3. Mengubah Diagram Jalur menjadi Persamaan Struktural

Setelah teori atau model teoritis dikembangkan digambarkan dalam diagram alur, peneliti dapat mengkonfrim spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan.

4. Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan

Dalam penggunaannya SEM hanya menggunakan data input berupa matriks kovarian atau matrik korelasi. Untuk menguji teori maka menggunakan input matrik varian atau kovarian sedangkan hanya untuk melihat pola hubungan dan tidak melihat melihat total penjelasan dalam uji teori maka penggunaan matrik korelasi dapat diterima.

5. Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama proses estimasi berlangsung sering terjadi estimasi yang tidak logis atau *meaningless* hal ini berkaitan dengan masalah model structural. Problem identifikasi adalah ketidak mampuan proposed model untuk menghasilkan *unque estimate*. Untuk mengatasi problem identifikasi maka dapat dilakukan dengan menetapkan lebih banyak konstrain dalam model.

6. Menilai *Goodness-of-Fit*

Kita harus mengetahui asumsi dalam SEM, yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis. Secara garis besar uji ini ada 3 (tiga) ukuran yaitu :

a. *Absolute Fit Measures*

- 1) Likelihood-Ratio *Chi-Square statistic*, semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu, dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p > 0,05$ atau $p > 0,010$.
- 2) CMIN/DF (*The Minimum Sample Discrepancy Function Divided with degree of Freedom*), merupakan statistic chisquare X^2 dibagi degree of freedom-nya sehingga disebut X^2 relative.
- 3) GFI (*Goodness of fit Index*), merupakan ukuran *non statistical* yang mempunyai rentang nilai antara 0 sampai dengan 1. Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah "*better fit*".

4) RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), merupakan suatu indeks yang digunakan untuk mengkompensasi *chi-square* dalam sampel yang besar.

b. Komperatif (*Incremental Fit Measure*)

1) AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), merupakan kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matrik kovarian sampel.

2) TLI (*Tucker Lewis Index*), merupakan incremental index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline* model.

3) NFI (*Normed Fit Index*), merupakan ukuran perbandingan antara proposed model dan null model.

c. Parsimony (*Parsimonious Fit Measure*)

1) PNFI (*Parsimonious Fit Index*), digunakan untuk membandingkan model dengan *degree of freedom* yang berbeda

2) PGFI (*parsimonious Goodness of Fit*), nilai PGFI berkisar antara 0 sampai 1,0 dengan nilai semakin tinggi menunjukkan model lebih parsimony.

7. Interpretasi dan modifikasi model

Pada tahap selanjutnya model diinterpretasikan dan dimodifikasi. Bagi model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Setelah model diestimasi, residual kovariansnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarians residual harus bersifat

simetrik. Batas keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model adalah 1%. Nilai *residual values* yang lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statis pada tingkat 1% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk sepasang indikator.