BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga di mana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu (Umar, 2005). Objek pada penelitian ini adalah bedak Wardah. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan bedak Wardah.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi (Sekaran, 2013).

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri dari anggot yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2017).

Dalam investigasi penelitian yang melibatkan beberapa ratus dan bahkan ribuan elemen, secara praktis mustahil untuk dapat dikumpulkan, diuji dan ditelaah dari setiap elemen tersebut. Selain itu terdapat kendala dalam masalah waktu, biaya dan sumber daya manusia. Dalam beberapa kasus, juga

mustahil menggunakan seluruh populasi untuk memperoleh pengetahuan, atau menguji sesuatu (Sekaran, 2017). Maka dari itulah perlu dilakukannya pengambilan sampel untuk mewakili elemen-elemen yang ada sehingga informasinya dapat digunakan untuk analisis.

Kerangka pengambilan sampel adalah representasi dari semua elemen dalam populasi dari mana sampel tersebut diambil. Ada dua desain pengambilan sampel yakni dengan cara probabilitas dan non probabilitas. Dalam pengambilan sampel cara probabilitas, besarnya peluang atau probabilitas elemen populasi untuk terpilih sebagai subjek sampel diketahui sementara pengambilan sampel non probabilitas, besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui (Sekaran, 2017).

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen perempuan di Yogyakarta yang memakai bedak Wardah dan berusia 17 tahun ke atas.

Hair (2010) merekomendasikan, apabila populasi tidak diketahui, jumlah sempel minimal adalah lima kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat dikuisioner. Hair (2010) juga mengemukakan bahwa ukuran

sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden. Pada penelitian ini jumlah sampel 150 responden yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei berupa kuisioner atau angket. Survei adalah penelitian yang dilakukan secara langsung dengan melakukan pengamatan, wawancara, dan membagikan kuesioner kepada responden yang dianggap memenuhi syarat dan mampu memberikan cukup informasi.

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuesioner dapat diberikan secara personal, dikirimkan kepada responden, atau didistribusikan secara elektronik (Sekaran, 2017).

Dalam riset ini data diperoleh dengan metode survei secara langsung dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Setiap responden akan dimintai pendapatnya melalui pernyataan-pernyataan yang ada di dalam kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur labelisasi halal, citra merek, minat beli, dan keputusan pembelian konsumen. Skala Likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik (Sekaran, 2017). Adapun skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Instrumen Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel indeenden dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel tunggal yang mempengaruhi variabel dependen baik pada sisi negatif maupun positif. Variabel dependen adalah variabel kepentingan utama untuk peneliti sekaligus menjadi variabel standar. Melalui analisis variabel dependen, sangat mungkin menemukan solusi dari masalah yang dialami (Sekaran, 2017).

a. Labelisasi Halal sebagai variabel independen
b. Citra merek sebagai variabel independen
c. Minat beli sebagai variabel dependen
d. Keputusan pembelian sebagai variabel dependen

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Labelisasi Halal	Pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Revin, 2017).	1. Gambar 2. Tulisan 3. Menempel pada kemasan Nurhijriah, (2017)	Skala Likert 1-5
2.	Citra	Representasi dari keseluruhan	1. *Reputation*	Skala

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	Merek	persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek (Setiadi, 2003).	(Reputasi) 2. *Recognation* (Pengenalan) 3. *Affinity* (Hubungan emosional) 4. *Brand Loyalty* (loyalitas merek) (Kartajaya, 2004)	Likert 1-5
3.	Minat beli	Proses yang ada diantara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian. Setelah konsumen melakukan evaluasi terhadap alternatif yang ada, konsumen memiliki minat untuk membeli produk (Kotler dan Keller, 2016).	1. Minat transaksional 2. Minat referenssial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif (Abzari, 2012)	Skala Likert 1-5
4.	Keputusan Pembelian	Proses terintegritas yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan guna mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai penetapan pilihan oleh konsumen terhadap dua atau lebih alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhannya (Peter dan Olson, 2013).	1. Kebutuhan 2. Pengalamaan 3. Banyak alternatif 4. Keyakinan 5. Kecocokan atau ketidakcocokan (Suswardji, 2012)	Skala Likert 1-5

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika

pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2017).

Dalam penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dalam menguji validitas dan reliabilitas. Menurut Ghozali (2017), CFA digunakan untuk menguji kemampuan indikator-indikator (pernyataan kuesioner) yang digunakan dalam menginformasikan sebuah variabel. Hasil dikatakan valid apabila nilai signifikansi > 0,50.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa adanya kesalahan dan konsisten. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *CR (Construct Reliability).* Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai CR > 0,70 (Ghozali 2017).

G. Uji Hipotesis dan Analisa Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis data menggunakan teknik analisis *Structural Ecuation Modelling* (SEM) yang dioperasikan melalui program *AMOS*. Dalam buku *Structural Equation Modelling* (Ghozali, 2017) bahwa *structural equation modelling* atau model persamaan struktural yaitu gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor yang dikembangkan di ilmu psikologi dan

psikonometri serta persamaan simultan yang dikembangkan di ekonometrika. Ada 7 langkah dalam pemodelan :

1. **Pengembangan Model Berdasar Teori**

   Prinsip di dalam SEM adalah ingin menganalisis hubungan kausal antar variabel eksogen dan endogen, serta sekaligus memeriksa validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Hubungan kausal adalah apabila terjadi perubahan nilai di dalam suatu variabel akan menghasilkan perubahan dalam variabel lain. Dalam langkah awal ini adalah pengembangan model, yang merupakan suatu model yang mempunyai justifikasi teori dan atau konsep. Selain itu model tersebut di verifikasi berdasarkan data empirik melalui SEM.

2. **Menyusun Diagram Jalur**

   Langkah ini adalah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan menyusun persamaan strukturalnya. Ada dua hal yang perlu dilakukan yaitu menyusun model struktural yaitu menghubungkan antar konstruk laten baik itu endogen maupun eksogen dan menyusun measurement model yaitu menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel indikator atau manifest.

3. **Mengubah Diagram Jalur menjadi Persamaan Struktural**

Setelah teori dikembangkan dan digambarkan dalam diagram alur, maka peneliti selanjutnya dapat mengkonfirm spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan.

4. **Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan**

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

5. **Menilai Identifikasi Model Struktural**

Selama proses estimasi berlangsung, sering dujumpai hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningless*. Pada hal ini ada kaitannya dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi adalah ketidakmampuan proposed model daalam menghasilkan *unique estimate*. Untuk dapat mengatasi problem identifikasi, yaitu menetapkan lebih banyak konstrain di dalam model.

6. **Menilai Kriteria 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 yang bersifat absolut *(absolute fit measure),* komperatif (*incremental fit measure)* dan parsimoni*(parsimonious fit measure).*

Tabel 3. 3
Standar Uji Kelayakan Model

Ukuran Goodness-of-Fit Index	**Tingkat Kecocokan yang bisa diterima**
Likelihood-Ratio *Chi-Square Statisstic*	p ≥ 0,05 atau p>0,010
Probability	0,05
Goodness of Fit Index (GFI)	GFI ≥ 0,90
Rood Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	RMSEA ≤ 0,08
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	AGFI ≥ 0,90
Tucker-Lewis Index (TLI)	TLI ≥ 0,90
CMIN/DF	CMIN/DF ≤ 2,00
CFI	CFI ≥ 0,90

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.