

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih, yang bersifat sebab-akibat dan satu variabel (independent) mempengaruhi variabel lainnya (dependent) (Sugiyono, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal, *online customer review*, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah risetnya secara husus (sugiyono, 2016). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen SR12.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode dalam pengumpulan data yaitu angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval. Berikut tabel skala dalam penelitian ini :

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Kriteria Jawaban	Singkatan	Skor	Skala
Sangat Setuju	SS	5	Interval
Setuju	S	4	
Netral	N	3	
Tidak Setuju	TS	2	
Sangat Tidak Setuju	STS	1	

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna SR12 Herbal skincare.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel sugiyono (2019). Cara pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara *simple random sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus sampel menurut Hair et al (2010) untuk itu jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum (jumlah indikator + jumlah variabel laten) x (5 sampai 10) berdasarkan pedoman tersebut jadi dalam penelitian ini diperoleh hasil $36 \text{ (Indikator)} \times 5 = 180$. Setelah mendapatkan jumlah responden kemudian penyebaran kuesioner kepada responden. Penentuan responden peneliti akan menggunakan kriteria pengambilan sampel. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 180 responden konsumen pengguna produk SR12.

Berikut adalah kriteria responden :

Tabel 3.2
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Mengenal produk SR12 Herbal Skincare
2.	Pernah menggunakan produk SR12 Herbal Skincare
3.	Usia 17-35 Tahun

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2014). Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 jenis yaitu :

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat (dependen variabel). Variabel terikat meruakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

2. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependent (terikat) (Sugiyono, 2016). Dalam SEM, variabel independent disebut sebagai variable; Eksogenus (Sugiyono, 2012). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Sertifikasi halal (X1), *Customer Review* (X2), Harga (X3) dan Kualitas Produk (X4).

3.6 Definisi Operasional

Operasionalisasi variabel menjelaskan tentang variable yang diteliti, Konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Berikut desinisi operasional variabel dalam penelitian ini :

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi operasional	Indikator	Skala
1	Sertifikasi Halal MUI	Sertifikasi halal adalah jaminan keamanan yang telah melaluiserangkai	Syarat untuk mendapatkan label halal pada kemasan	1. Logo halal penting dalam pemilihan produk 2. Memilih	

		an prose pemeriksaan secara terperinci guna mendapatkan legalitas halal serta menjadi parameter penjaminan keamanan produk untuk dikonsumsi umat muslim (Shaari dan Arifin, 2010).	produk	produk halal merdasarkan logo halal 3. Mengenali perbedaan logo halal yang asli dan palsu. Lackermair dan Kanz(Shaari dan Arifin, 2010).	Interval
2.	<i>Online Customer Review (X2)</i>	<i>online customer review</i> merupakan salah satu jenis <i>electronic word of mouth</i> yang berisi komentar, evaluasi, dan rekomendasi yang diposting melalui internet mengenai suatu produk yang dibeli dan digunakan dengan menghasilkan sumber informasi bagi	Komentar atas umpan balik dari salah satu <i>customer</i> yang membeli produk	1. Kesadaran 2. Frekuensi 3. Perbandingan 4. Efek (Lackermair dan Kanzmaz, 2013)	Interval

		konsumen sebelum melakukan pembelian			
3.	Harga (X3)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.	Salah satu nilai tukar yang digunakan untuk mendapatkan barang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3. Daya saing harga (Kotler & Amstrong, 2012, p. 278) 	Interval
4.	Kualitas Produk (X4)	kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan pelanggan.	Tingkatan baik atau buruknya kualitas mutu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Fitur atau ciri-ciri tambahan 3. Keandalan 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Daya tahan 6. Kepuasan 7. Estetika 8. Kualitas yang dipersepsikan ((Kotler & Keller, 2016) 	Interval
5.	Keputusan Pembelian	proses keputusan pembelian adalah proses	Keputusan untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah 	

	(Y)	lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu.	memilih produk	produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang (Kotler, 2013)	Interval
--	-----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

3.7 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *partial least square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian., PLS merupakan pendekatan alternative yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian(Ghozali, 2006). SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kauslitas atau teori sedangkan PLS bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *power full* (Ghzali, 2006), karena tidak didasarkan pada bayak asumsi. Misalnya, data harus terdistribusu norma, sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indicator reflektif dan formatif.

Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linier agregat dari indikator-indikatornya (Ghozali, 2006). *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner model* (model struktural yang menghubungkan antara variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antar indikator dengan konstruksya) disempurnakan. Hasilnya adalah *residual variance* dari variabel dependen. Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi 3. Pertama adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan indikatornya (*loading*). Ketiga, berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi *inner model* dan *outer model*, tahap ketiga menghasilkan *estimasi means* dan lokasi (Ghozali, 2006).

3.7.1 Model Pengukuran atau Outer Model

Convergent validity dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antar item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari perubahan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Chinn 1998 dalam Ghozali 2006). *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi dengan item pengukuran lebih besar dari adanya ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reabilitas *component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reliability*. Direkomendasikan nilai *AVE* harus lebih besar 0,50 (Fornell dan Larcker, 1981 dalam Ghozali, 2006). *Composite reliability* yang mengukur suatu konstruk dapat

dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2006).

3.7.2 Model Struktural (Inner Model)

Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantive. Model structural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependent, *Stone-Geisser Q-Square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Dalam menilai model dengan PLS dimula dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependent apakah mempunyai pengaruh yang substantive (Ghozali, 2006). Disamping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-Square* relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

3.7.3 Penguji Hipotesis

Ukuran signifikan keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai T-tabel dan T-statistic. Jika T-statistic lebih tinggi dibandingkan nilai T-tabel, berarti hipotesis terdukung atau diterima (Hartono dalam Jogiyanto, 2009). Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95% (alpha 95 persen), maka nilai T-tabel untuk hipotesis satu ekor (one tailed) adalah > 1.960