

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positifisme. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012: 11). Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari sumber secara langsung dan responden melalui kuisioner. Objek penelitian yang diteliti adalah Wanita yang berdomisili di Kota Metro.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek merupakan bukan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Adapun pendapat Sugiyono (2017:41) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah “sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objekif, *valid* dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Objek penelitian yang penulis teliti “PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT DI KOTA METRO”. Lokasi dalam penelitian akan dilaksanakan di Kota Metro.

C. Definisi Operasional Variabel

Identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah:

A. Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempunyai atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependent (terkait). Menurut Sugiyono (2010: 39) menyatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain dan yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini yaitu :

1) Pengetahuan (X1)

a) Definisi konseptual : Pengetahuan adalah suatu pemahaman atau hasil belajar seseorang terhadap suatu objek penglihatan, pendengaran, ataupun penciuman dan lain-lain yang bisa mengandung aspek negatif dan aspek positif. Pengetahuan terdapat 4 indikator yaitu pengalaman menggunakan produk, keputusan utama dalam membeli produk, penglihatan positif mengenai produk, dan berfikir terlebih dahulu sebelum melakukan tindakan pembelian.

b) Definisi Operasional : Pengetahuan adalah suatu pemahaman atau hasil belajar seseorang terhadap suatu objek penglihatan, pendengaran, ataupun penciuman dan lain-lain yang bisa mengandung aspek negatif dan aspek positif. Melalui kuisisioner yang diberikan melalui pelanggan Kosmetik Wardah serta terdapat 4 indikator yaitu pengalaman menggunakan produk, keputusan utama dalam membeli produk, penglihatan positif mengenai produk, dan berfikir terlebih dahulu sebelum melakukan tindakan pembelian.

2) Religiusitas (X2)

a) Definisi konseptual : Religiusitas adalah hubungan yang mengikat antara manusia dengan Tuhan yang disembah menurut agamanya, yang membuat manusia memiliki ketergantungan yang mutlak atas semua kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan jasmani ataupun kebutuhan rohani, yang mana hal tersebut diimplementasikan dengan mengarahkan hati, pikiran dan perasaan untuk senantiasa menjalankan ajaran agama. Religiusitas terdapat 4 indikator yaitu aturan agama yang harus dipatuhi, keyakinan terhadap agama, komitmen terhadap agama, dan perilaku sungguh-sungguh pada ajaran agama.

b) Definisi Operasional : Religiusitas adalah hubungan yang mengikat antara manusia dengan Tuhan yang disembah menurut agamanya, yang membuat manusia memiliki ketergantungan yang mutlak atas semua kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan jasmani ataupun kebutuhan rohani, yang mana hal tersebut diimplementasikan dengan mengarahkan hati, pikiran dan perasaan untuk senantiasa menjalankan ajaran agama. Melalui kuisisioner yang diberikan melalui pelanggan Kosmetik Wardah serta terdapat 4 indikator yaitu aturan agama yang harus dipatuhi, keyakinan terhadap agama, komitmen terhadap agama, dan perilaku sungguh-sungguh pada ajaran agama.

a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu :

1) Minat Beli (Y)

a) Definisi konseptual : minat beli adalah keinginan konsumen untuk membeli produk atau melakukan tindakan terkait sebelum melakukan keputusan untuk membeli suatu produk. Minat beli terdapat 4 indikator yaitu keinginan untuk membeli produk, melakukan tindakan terkait pembelian produk, cenderung mengambil keputusan, inisiatif untuk membeli sebuah produk.

b) Definisi operasional : minat beli adalah keinginan konsumen untuk membeli produk atau melakukan tindakan terkait sebelum melakukan keputusan untuk membeli suatu produk. Untuk mengukur variabel Minat Beli, dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan diberikan kepada pelanggan kosmetik Wardah. Terdapat 4 indikator yaitu keinginan untuk membeli produk, melakukan tindakan terkait pembelian produk, cenderung mengambil keputusan, inisiatif untuk membeli sebuah produk.

Table 2. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Nomor Item
1.	Pengetahuan (X1)	1. pengalaman menggunakan produk 2. keputusan utama dalam membeli produk 3. penglihatan positif mengenai produk 4. berfikir terlebih dahulu sebelum melakukan tindakan pembelian.	1, 2, 3, 4, 5 6, 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19, 20
2.	Religiusitas (X2)	1. aturan agama yang harus dipatuhi 2. keyakinan terhadap agama 3. komitmen terhadap agama 4. perilaku sungguh-sungguh pada	1, 2, 3, 4, 5 6, 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19,

No	Variabel	Indikator	Nomor Item
		ajaran agama.	20
4.	Minat Beli (Y)	1. keinginan untuk membeli produk 2. melakukan tindakan terkait pembelian produk 3. cenderung mengambil keputusan 4. inisiatif untuk membeli sebuah produk	1, 2, 3, 4, 5 6, 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19, 20

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2014) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah wanita di Kota Metro.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil/ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu (Wijaya, 2013). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2004: 77) *accidental sampling* mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dan kriteria utamanya adalah orang tersebut merupakan konsumen atau pembeli produk kosmetik Wardah di Kota Metro. Dalam penelitian ini jumlah sampel belum diketahui dan penelitian ini akan dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner dalam kurun waktu kurang lebih 2 minggu.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan sebagai pertimbangan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lapangan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam

penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014).

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian adalah pengukuran dengan skala Likert 1-5, dengan perhitungan skor sebagai berikut:

Tabel 3. alternatif Jawaban

Alternatif	Keterangan	Skor	
		Positif	Negatif
A	Sangat Setuju Sekali	5	1
B	Sangat Setuju	4	2
C	Setuju	3	3
D	Netral	2	4
E	Tidak Setuju	1	5

Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai pengetahuan, religiusitas, minat beli, dan sikap konsumen. Dalam hal ini responden hanya memberikan tanda tertentu pada pilihan jawaban yang tersedia. Jawaban dari pertanyaan tertulis tersebut yang nantinya akan memberikan informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi butir-butir pertanyaan. Penyusunan kuesioner tersebut didasarkan pada kontruksi teoritik yang telah disusun sebelumnya. Kemudian atas dasar teoritik tersebut dikembangkan dalam indikator- indikator dan selanjutnya dikembangkan dalam butir-butir pertanyaan. Instrumen ini disusun dengan menggunakan Skala Likert. Adapun kisi-kisi kuisisioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan bantuan kuesioner dalam memperoleh data. Sebelum kuesioner dapat digunakan dalam penelitian, kuesioner tersebut harus

diuji terlebih dahulu untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen yang ada.

Analisis yang digunakan adalah analisa kuantitatif, perlu dilakukan terhadap suatu penelitian untuk memperkuat argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan, analisis ini dilakukan berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari daftar pertanyaan (kuisisioner) yang diajukan kepada sampel, dan dihitung menggunakan rumus korelasi *product moment* (Sugiyono, 2017:45)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum X Y \sum Y}{\sqrt{\{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = banyaknya sampel

X = skor tiap item

$\sum x$ = jumlah skor item

$\sum y$ = jumlah skor total

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan, sehingga hasilnya jika dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-k$ dengan $\alpha = 5\%$

$$r_{hitung} \leq r_{tabel} = \text{tidak valid}$$

$$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$$

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya/diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik *cronbach alpha* pada SPSS.

Uji reabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach (Sugiyono, 2011:283) yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} : Reabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal
 σ_b^2 : Jumlah varians butir
 σ_t^2 : Varians total

Metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Arikunto, 2006:171).

2. Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu berasal dari distribusi yang normal jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternative yang digunakan adalah *statistic non parametric*.

Pengujian normalitas distribusi dapat dilihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*, data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih dari 0,05.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linierity* dengan pada taraf 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bisa signifikan (*linierity*) kurang 0,05.

3. Uji Homogenitas

Menurut Sugiyono (2013: 276) berpendapat bahwa uji homogenitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa 2 atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi sama untuk mengukur homogenitas varians dari dua kelompok data digunakan rumus uji F sebagai berikut :

$$F = \frac{\text{varian terbesar}}{\text{varian terkecil}}$$

Tarif signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila $F_{hitung} > F_{table}$ maka memiliki varian yang homogeny.

3. Pengujian Hipotesis

Adapun pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat Algifari (2013). Persamaan regresi yang dirumuskan berdasarkan hipotesis yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = minat konsumen menggunakan produk Wardah

α = Konstanta

β_1 - β_2 = Koefisien regresi

X1 = Pengetahuan

X2 = Religiusitas

e = eror

1) Uji t

Uji-t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji-t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

- a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

2) Dengan membandingkan t hitung dengan tabel:

- a. Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- b. Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

Untuk menguji hipotesis melalui uji t dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{n+r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai t

r = koefisien antara variable x dan y

n= jumlah responden

r² = kuadrat koefisien antara variabel x dan y

2) Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan (jelas) antara rata-rata hitung beberapa kelompok data. Dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika statistik hitung (F- hitung) lebih besar dibanding statistik tabel (F-tabel) maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan dapat memengaruhi variabel dependen. Dirumuskan sebagai berikut :

$$f = \frac{R^2}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R² = Koefisien determinasi

k = Jumlah Variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

3) Koefisien Determinan (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan (R²) mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat dijelaskan dengan variabel bebas (X). bila nilai R² = 0, maka variasi dari variabel Y tidak dapat dijelaskan sama sekali oleh variabel X sedangkan bila nilai R² = 1, maka variasi dari variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel X. sehingga baik buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh nilai R² yang mempunyai nilai antara nol dan satu, perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus (Sigit, 2016 : 140) sebagai berikut:

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

Dimana:

R^2 : koefisien determinan

r : koefisien korelasi

4) Hipotesis Statistik

Hipotesis Statistik adalah pertanyaan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.

- a. $H_0 : \beta_1 \leq 0$: *Pengetahuan* (X_1), tidak berpengaruh terhadap Minat Beli (Y)
 $H_a : \beta_1 > 0$: *Pengetahuan* (X_1), berpengaruh terhadap Minat Beli (Y)
- b. $H_0 : \beta_2 \leq 0$: *Religiustas* (X_2), tidak berpengaruh terhadap Minat Beli (Y)
 $H_a : \beta_1 > 0$: *Religiusitas* (X_2), berpengaruh terhadap Minat Beli (Y)
- c. $H_0 : \beta_1, \beta_2, \leq 0$: *Pengetahuan* (X_1), *Religiusitas* (X_2), secara kebersamaan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli (Y)
 $H_a : \beta_1, \beta_2, > 0$: *Pengetahuan* (X_1), *Religiusitas* (X_2), secara kebersamaan berpengaruh terhadap Minat Beli (Y)