

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan judul yang telah dipilih oleh penulis yaitu pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan pembelian, pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah metode penelitian bertujuan untuk meneliti pada populasi ataupun sampel tertentu, berguna untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.³⁰ Data dari kuantitatif diperlihatkan dalam bentuk angka-angka yang selanjutnya akan diolah menggunakan perhitungan statistika. Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan, dengan melakukan penelitian langsung terhadap objek penelitian. Penulis mengambil data langsung dari objeknya yaitu mahasiswi prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri angkatan 2017 yang menggunakan produk pembersih wajah merk Wardah yang berhubungan dengan *Islamic branding*.

B. Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer adalah data yang didapatkan peneliti langsung berasal dari responden ataupun objek yang diteliti dan objek yang masih terkait dengan yang diteliti. Peneliti memperoleh data langsung berupa

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 12

tanggapan responden yang diperoleh dari beberapa pertanyaan tentang pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan pembelian sabun pembersih wajah merk Wardah yang diajukan kepada mahasiswi Perbankan Syariah angkatan 2017 IAIN Kediri.

b. Data sekunder

Data sekunder ialah data yang sudah ada di tempat, sehingga peneliti hanya bertugas mencari dan menghimpun saja.³¹ Data sekunder ini perlu dianalisa kembali sebagai pelengkap objek yang diteliti. Data diperoleh peneliti dari beberapa dokumen maupun laporan, atau karya ilmiah terdahulu yang relevan berkaitan dengan yang diteliti.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah metode bagi peneliti yang digunakan ketika mencari data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti adalah pengumpulan data angket (kuesioner). Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh jawaban.³² Penyebaran kuesioner dilakukan secara online oleh peneliti dengan menggunakan *google form* yang dibagikan kepada mahasiswi Perbankan Syariah angkatan 2017 IAIN Kediri melalui personal chat sosial media. Kuesioner berisi beberapa pernyataan dan

³¹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 129

³² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 142

pertanyaan tentang variabel *Islamic branding*, keputusan pembelian, dan merk Wardah.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik serta kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk selanjutnya diteliti dan ditarik kesimpulan.³³ Penelitian ini menggunakan mahasiswi Perbankan Syariah angkatan 2017 IAIN Kediri pengguna sabun wajah merk Wardah yang berjumlah 64 mahasiswi.

b. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Keterbatasan dana, waktu, serta tenaga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari populasi keseluruhan. Sehingga peneliti menggunakan sampel yang telah diambil dari populasi.

Suharsimi Arikunto menjelaskan apabila subjek yang diteliti berjumlah kurang dari 100 sebaiknya sampel menggunakan semua anggota, jika lebih dari 100 dapat mengambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.³⁴ Penelitian ini menggunakan seluruh populasi menjadi sampel yaitu sebanyak 64 mahasiswi angkatan 2017 Perbankan Syariah IAIN

³³ *Ibid*, 117

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 112

Kediri. Jadi, penelitian ini melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan sampel total.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu penelitian untuk memudahkan dalam kegiatan pengumpulan data tersistematis. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner atau angket yang didalamnya terdapat pertanyaan dan pernyataan tentang variabel. Data yang diperoleh dari kuesioner yaitu:

- a. Poin-poin pernyataan tentang variabel X (*Islamic branding*).
- b. Poin-poin pernyataan tentang variabel Y (Keputusan Pembelian).

F. Definisi Operasional Variabel

Penulis menggunakan dua jenis variabel sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas merupakan variabel dalam suatu penelitian yang dapat memengaruhi, membuat sebab perubahan atau munculnya variabel terikat. Variabel bebas untuk penelitian ini adalah *Islamic branding* (X).

- b. Variabel terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi, sebab terdapat variabel bebas. Adapun variabel bebas dari penelitian milik penulis ini adalah Keputusan pembelian (Y).

Berikut tabel definisi operasional variabel dari penelitian ini:

Tabel 3.1

Tabel Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi variabel	Indikator
<i>Islamic branding</i> (X)	Menurut Ogilvynoor, <i>Islamic branding</i> merupakan penciptaan merk yang sejalan dengan prinsip syariah yang banyak memunculkan nilai kejujuran, hormat pada akuntabilitas, serta pemahaman inti dengan prinsip-prinsip syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Islamic brand by compliance.</i> 2. <i>Islamic brand by origin.</i> 3. <i>Islamic brand by customer</i> 4. Pentingnya merk. 5. Keakraban merk. 6. Kepercayaan konsumen. 7. Label halal
Keputusan Pembelian (Y)	Kotler dan Armstrong mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sebuah tindakan ketika pembeli secara aktual memutuskan untuk membeli suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah. 2. Pencarian informasi. 3. Penilaian alternatif. 4. Keputusan pembelian. 5. Perilaku pasca pembelian.

(Sumber: Skripsi Nur Faizah Rizky, 2019)

G. Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses melakukan penyederhanaan data yang telah diperoleh dari lapangan sehingga lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.³⁵ Berikut langkah-langkah mengolah data analisis data penelitian ini:

a. *Editing*

Editing merupakan proses koreksi atau pengecekan terhadap data dari kuesioner yang sudah terkumpul. Dengan melakukan *editing*, kesalahan dan kekurangan pada data dapat diperbaiki dan dilengkapi.

b. *Coding*

Pada setiap data yang masuk diberikan kode baik berupa angka maupun simbol. Proses ini disebut *coding*. Data yang sudah berkode akan masuk dalam sejumlah kategori.

c. *Scoring*

Scoring ialah proses pemberian skor pada elemen-elemen yang membutuhkan skor. Berikut skor yang diberikan pada tiap item:

- 1) Hasil akhir menyatakan sangat setuju = 5
- 2) Hasil akhir menyatakan setuju = 4
- 3) Hasil akhir menyatakan netral = 3
- 4) Hasil akhir menyatakan tidak setuju = 2
- 5) Hasil akhir menyatakan sangat tidak setuju = 1

³⁵ Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survei*, (Jakarta: Pustaka, 1990), 203

d. *Tabulating*

Tabulating merupakan kegiatan memasukkan data dalam tabel agar lebih rapi sehingga mempermudah dalam analisis lebih lanjut sesuai dengan tujuan penelitian.

e. *Processing*

Processing adalah proses menghitung, mengolah, serta menganalisis data secara statistik. Penelitian ini menggunakan analisis data sebagai berikut:

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu proses pengujian yang dilaksanakan untuk mengukur valid atau tidaknya data yang diambil dengan kuesioner atau angket. Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keshahihan dari suatu alat ukur. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui tingkat kecermatan sebuah instrumen saat mengukur apa yang ingin diukur.³⁶ Sebuah kuesioner dapat dikatakan sah apabila pernyataan atau pertanyaan yang ada di dalam kuesioner tersebut memiliki kemampuan untuk menggambarkan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner tersebut.

Untuk menguji validitasnya digunakan korelasi *Corrected Item-Total Correlation*. Uji ini dilakukan dengan membandingkan

³⁶ Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 14

nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk r tabel diperoleh dengan rumus $(\alpha ; n-2)$. Berikut ketentuan dari uji validitas:

- a) Jika diperoleh r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan atau instrumen dikatakan valid.
- b) Jika diperoleh r hitung $<$ r tabel maka item pernyataannya tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk memperoleh tingkat keakuratan alat pengumpulan data yang dipakai. Uji ini berguna untuk mengukur konsistensi alat ukur apakah hasil yang diperoleh konsisten dan reliabel. Sebuah kuesioner dapat dikategorikan reliabel apabila jawaban dari seseorang terhadap suatu pernyataan tersebut konsisten dari waktu ke waktu.

Cara *one shot* atau pengukuran satu kali dipilih oleh penulis untuk melaksanakan pengukuran reliabilitas. Pengukuran reliabilitas ini memakai SPSS dengan pengujian statistika *Cronbach Alpha* (α) dengan kriteria apabila *cronbach alpha* (α) lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen bisa dikategorikan reliabel.

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji normalitas

Uji normalitas berguna untuk melihat apakah data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghazali, meskipun normalitas pada suatu variabel tidak selalu diperlukan

ketika melakukan analisis, tetapi hasil uji statistik akan lebih baik jika semua variabel memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas residual dalam penelitian ini memakai cara uji statistik *kolmogorov-smirnov* dengan kriteria :

- Data terdistribusi normal jika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$.
- Data tidak mengalami distribusi normal nilai probabilitas signifikan $< 0,05$.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian.

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana varian residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam keadaan berbeda. Sedangkan homokedastisitas adalah apabila varian residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam keadaan tetap. Model penelitian yang baik adalah model penelitian yang bersifat homokedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas.

Beberapa cara dapat digunakan untuk uji ini, yaitu melihat pola gambar Scatterplot, uji Glesjer, dan uji White. Penelitian ini menggunakan pola gambar *Scatterplot* untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi. Grafik plot menyajikan antara nilai prediksi variabel dependen yaitu

ZPRED dengan residual SRESID. Pendeteksian ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y merupakan garis yang diprediksi sedangkan sumbu X adalah residual yang sudah di *studentized*. Berikut ketentuan pada pola gambar *Scatterplot* untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini³⁷:

- Titik-titik data menyebar di atas, di bawah, atau di sekitar angka pada sumbu Y.
- Titik –titik data tidak hanya berkumpul di atas atau di bawah saja.
- Penyebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola (bergelombang, melebar, menyempit).
- Penyebaran titik-titik tidak menggambarkan suatu pola.

c) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara residual satu dengan yang lain. korelasi yang dilihat adalah antara residual pada periode t dengan residual pada periode t-1 atau sebelumnya. Sebuah model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi autokorelasi. Autokorelasi ini terjadi karena residual tidak terbebas dari observasi satu ke observasi lainnya. Uji ini menggunakan Uji *Run Test*.³⁸ Uji run test merupakan bagian dari statistik non parametrik yang bisa

³⁷ Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS...*, 139

³⁸ Ibid, 105

digunakan untuk mengetahui apakah antar residual memiliki korelasi yang tinggi. Berikut dasar pengambilan keputusan apabila menggunakan uji run test:

- *Asymp. Sig (2-tailed)* < 0,05, maka terdapat gejala autokorelasi.
- *Asymp. Sig (2-tailed)* > 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

4) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan kegiatan analisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah diperoleh agar lebih mudah memahaminya. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan penulis adalah mean, nilai maksimum, dan nilai minimum dari data variabel X dan variabel Y.

5) Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana dilakukan agar dapat mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pengujian regresi linear sederhana ini digunakan jika terdapat masing-masing satu variabel untuk variabel dependen dan independen pada suatu penelitian. Berikut rumus yang digunakan pada regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X= Variabel independen

6) Analisis Korelasi

Uji analisis korelasi merupakan suatu uji statistik yang memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, yang diuji adalah seberapa kuat hubungan variabel *Islamic branding* (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Penulis menggunakan analisis Korelasi *product moment* untuk penelitian ini. Tujuan analisis ini untuk menguji hubungan antar variabel. Berikut interpretasi nilai korelasi *product moment* yang dipakai:³⁹

- a) Korelasi 0,00-0,02 = Tidak ditemukan korelasi
- b) Korelasi 0,21-0,04 = Korelasi bernilai lemah
- c) Korelasi 0,41-0,60 = Korelasi cukup kuat
- d) Korelasi 0,61-0,80 = Korelasi bernilai kuat
- e) Korelasi 0,81-1,00 = Korelasi sangat kuat

7) Uji T

Uji T merupakan pengujian hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berikut ketentuan pada uji T:

³⁹ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 197

- Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} \geq -t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima.
- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak.⁴⁰

8) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur ketepatan hubungan variabel independen dan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. R^2 berada diantara angka 0 sampai 1. Jika nilai $R^2 = 1$ menyatakan bahwa 100% jumlah varian diterangkan oleh varian persamaan regresi. Sebaliknya, jika nilai $R^2 = 0$ maka menunjukkan jika tidak ada jumlah varian diterangkan oleh varian persamaan regresi.⁴¹

⁴⁰ V. Wiratna Sujarwi, *Panduan Mudah Menggunakan SPSS dan Contoh Penelitian di Bidang Ekonomi*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 67

⁴¹ Suharyadi dan Purwanto SK, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 514