

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Penelitian ini mengacu pada aliran penelitian asosiatif atau penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hasil melalui hubungan antara dua variabel atau lebih¹. Penelitian ini didasarkan pada filosofi positif yang bertujuan menguji populasi atau sampel tertentu melalui tahap pengumpulan data menggunakan alat penelitian, serta menganalisis data kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

B. Waktu Dan Lokasi Penelitian

a) Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak pengajuan judul pada bulan Agustus hingga penyelesaian seluruh proses penelitian yaitu di bulan Desember 2024.

b) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dipilih sesuai dengan populasi target yang telah ditentukan, yaitu konsumen non-Muslim yang

¹ Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
(Bandung: Alfabeta, 2016), h. 55

pernah membeli produk *skincare Islamic branding*. Dalam penelitian ini bekerja sama dengan komunitas non-Muslim GKSBS yang tersebar di Lampung, Sumatera Selatan, Bengkulu, dan Jambi. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan akses responden yang relevan.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya². Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh anggota komunitas Non-Muslim GKSBS (Gereja Keristen Sumatera Bagian Selatan) yaitu sebanyak 113 orang.

b. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik dalam menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling* yaitu metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi bagian dari sampel³. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil yaitu sebagian besar dari populasi. Banyaknya

² Ratna Wijayanti Daniar Paramita dkk, Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi 3 (Jawa Timur, WIDYA GAMA PRESS, 2021) hal 64.

³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D, edisi 1 (Bandung, Penerbit Alfabeta, 2019) hal.134

sampel dalam penelitian ini ditentukan dan dihitung berdasarkan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = Margin of error yang diinginkan

Diketahui pada penelitian ini nilai N adalah 113 dengan margin of error adalah 10% (0,10), alasan utama menggunakan margin of error 10% adalah untuk menyesuaikan dengan keterbatasan sumber daya termasuk waktu tetapi tetap menghasilkan data yang dapat diandalkan dalam pengambilan keputusan, maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{113}{1 + 113 (0,10)^2} \\
 n &= \frac{113}{1 + 113 \times (0,01)} \\
 n &= \frac{113}{1 + 1,13} \\
 n &= \frac{113}{2,13} \\
 n &= 53
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan menggunakan simple random sampling dan margin of error 10%, ukuran sampel yang diperlukan untuk populasi 113 adalah **53 orang**.

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1. Data primer

Data Primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek dalam peneliti⁴. Kuesioner akan menggunakan skala Likert 5 poin untuk memudahkan pengukuran. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dengan cara menyebarkan *kuesioner* atau angket dengan memberikan pertanyaan maupun pernyataan kepada seluruh anggota komunitas GKSBS (Gereja Kristen Sumatera Bagian Selatan).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada, seperti jurnal, artikel, karya ilmiah, buku dan lainnya yang membahas sesuai dengan hubungan judul yang diambil⁵. Pada penelitian ini seperti topik

⁴ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok materi metedologi penelitian dan aplikasinya*, (Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia, 2002),. h 34

⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: Rajawali, 2013),h.46

motivasi rasional, motivasi emosional, produk *skincare islamic branding*.

b. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya yaitu dengan pengamatan langsung⁶. dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi langsung dilapangan guna mengamati dan meneliti bagaimana pengaruh motivasi rasional dan emosional terhadap keputusan pembelian konsumen *non-Muslim*.

2. Kuesioner

Metode ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya⁷. Jenis skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti adalah skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka yang akan diukur dijabarkan menjadi

⁶ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: Raja.wali, 2013),h.46

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D*, edisi 1 (Bandung, Penerbit Alfabeta., 2019) hal.199

indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan⁸.

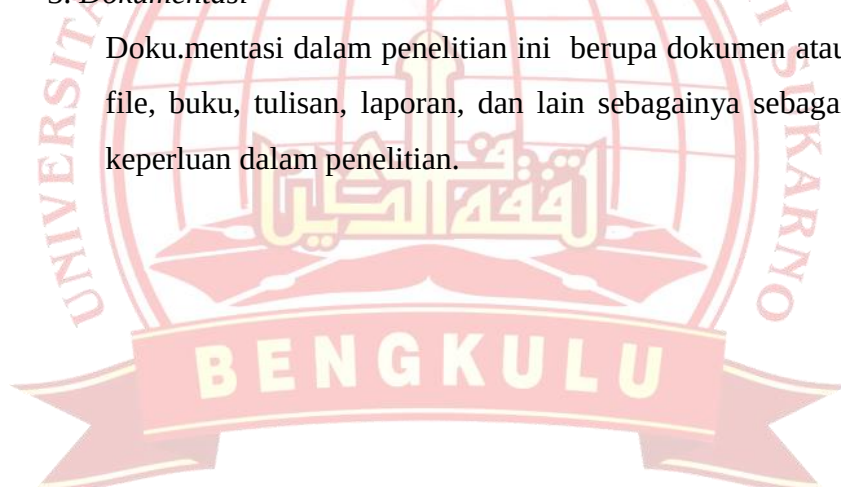
Tabel 3.1
Skala Likert

NO	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono 2019

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa dokumen atau file, buku, tulisan, laporan, dan lain sebagainya sebagai keperluan dalam penelitian.



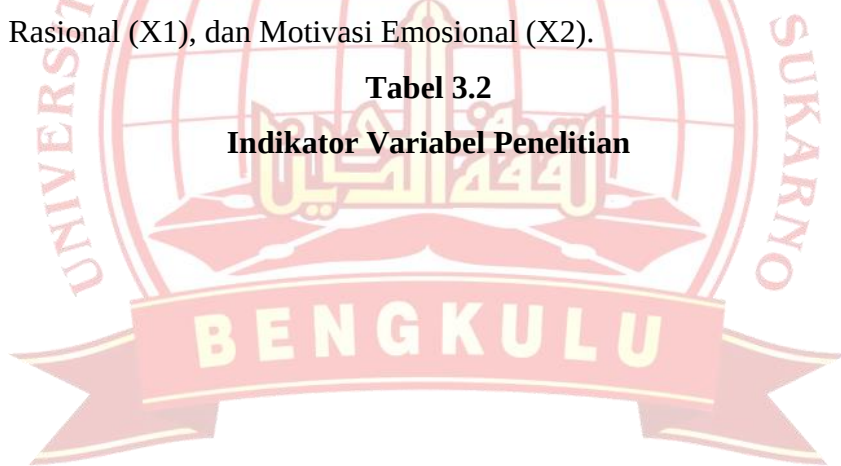
⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D*, edisi 1 (Bandung, Penerbit Alfabeta, 2019) hal.146

E. Variabel dan Definisi Operasional

Penelitian ini terdapat variabel dependen dan independen. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel Independen sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang akan mempengaruhi atau yang menjadi sebab pembahasannya atau timbulnya variabel dependen.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y), sedangkan variabel independen yang digunakan terdapat dua, yakni Motivasi Rasional (X1), dan Motivasi Emosional (X2).

Tabel 3.2
Indikator Variabel Penelitian



Variabel	Definisi Variabel	Indikator Pengukuran
Motivasi Rasional (X1)	Motivasi rasional adalah dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan dengan menggunakan rasionalitas dan melihat secara objektif	1. Tahan lama 2. Murah harga pembeliannya 3. Kemudahan dan efisiensi 4. Hemat dalam pemakaian 5. Dapat membantu bertambahnya pendapatan⁹
Motivasi Emosional (X2)	Motivasi rasional adalah dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan dengan menggunakan rasionalitas dan melihat secara objektif	1. Pembeli ingin terlihat berbeda dari yang lain 2. Pengungkapan rasa cinta 3. Kebanggaan 4. Kenyamanan 5. Kesehatan 6. Keamanan 7. Kepraktisan¹⁰
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan konsumen untuk memilih satu dari beberapa alternatif pilihan dalam membeli suatu produk atau jasa	1. Kualitas 2. Harga 3. Merek 4. Pelayanan 5. Faktor pribadi 6. Faktor Psikologis¹¹

F. Teknik Analisis Data

⁹ Ningrum, A. D. C. (2022). *Analisis Digital Marketing Pada Penjualan Store Hijab Luna Kudus Ditinjau Perspektif Islam* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

¹⁰ Mulyadi Raf, "Pengaruh Faktor-Faktor Memotivasi Konsumen Berbelanja Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Pasar Modern Kota Jambi (The Influence Of Consumer's Motivation Factors On Consumer Decision on Shopping at Modern Market In Jambi)," *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi* 1, no. 1 (2020): 63–75

¹¹ Amalina Hudani, "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Social, Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian," *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 1, no. 2 (2020): 99–107

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian-pengujian yang dilakukan adalah :

a. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Validasi merupakan efektifitas alat ukur dalam memperoleh data. Instrument ini dapat mewakili kemampuan instrument untuk mengukur data yang diperolehnya. Oleh karena itu, alat ukur atau peralatan penelitian harus memenuhi tujuan penelitian¹². Untuk menentukan *valid* tidaknya butir soal pertanyaan adalah dengan melihat kolom *corrected item correlation*. Kriteria uji validitas menggunakan derajat kebebasan ($n-2$) dan pengujian signifikan menggunakan tingkat signifikan 0.05, maka apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, berarti item tersebut *valid*. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka item dinyatakan tidak *valid*.¹³

2. Uji Reliabilitas

Pengujian yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur (*kuesioner*). Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari

¹² Salim Syahrin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka media, 2014), h 136

¹³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Data Dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hal 87

waktu kewaktu. Jadi, uji reliabilitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya¹⁴. Parameter yang digunakan sebagai standar dalam uji reabilitas adalah *cronbach's alpha* > 0.60 sudah dikategorikan memiliki tingkat reliabilitas yang mencukupi.

b. Uji Asumsi Data.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat digunakan untuk membuktikan sampel berasal dari suatu populasi berdistribusi normal atau bisa juga membuktikan populasi yang dimiliki berdistribusi normal. Banyak cara bisa digunakan untuk membuktikan kenormalan suatu data¹⁵. salah satunya adalah uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai *kolmogorov-smirnov* dengan $\text{sig} > 0.05$ atau 5 %, maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal atau sebaliknya¹⁶.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan uji prasyarat dalam analisis statistika yang harus dibuktikan apakah dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi dengan varians yang sama atau tidak. Dengan kata lain

¹⁴ Irianto Agus, *Statistik Konsep Dasar Aplikasi Dan Penembangannya* (Jakarta: Kencana, 2017).hal 272

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian & pengembangan research and development*. (Bandung :pt, Alfabet, 2016)h. 32

¹⁶ Nur Asnawi, *Metodelogi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Malang Pres, 2011), h. 178

homogenitas berarti himpunan data yang akan diteliti memiliki ciri khas atau karakteristik yang sama. Pengujian homogenitas dilakukan untuk memberi keyakinan bahwa sekelompok data yang dimanipulasi dalam serangkaian analisis berasal dari populasi yang memiliki varians homogen. Metode yang digunakan untuk menguji homogenitas data dalam penelitian ini adalah *Levene Test* yaitu *Test of Homogeneity of variance*. Dengan kriteria apabila $\text{Sig.} > 0,05$ maka varian dari kelompok populasi adalah sama atau homogen¹⁷.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistika yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang baik maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis. Uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam suatu penelitian terdapat unsur-unsur yang sama.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian & pengembangan research and development*. (Bandung :pt, Alfabet, 2016)h. 32

Seharusnya, antara variabel-variabel bebas yang akan dianalisis tidak diizinkan mengandung aspek, indikator, ataupun dimensi yang sama, karena apabila antar variabel bebas mengandung aspek atau indikator yang sama maka koefisien regresi yang didapatkan menjadi bias dan tidak bermakna. gejala multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai toleransi (*tolerance*) atau nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Dapat dikatakan tidak terdapat multikolinieritas apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ ¹⁸.

d. Pengujian Hipotesis

1. Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas/ *response* (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/ *predictor* (X1, X2). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/ *response* (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/ *predictor* (X1, X2) diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel - variabel bebasnya.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh regresi yang memiliki

¹⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung: Alfabeta, 2008), h.91

satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. antara variabel independen yaitu Motivasi Rasional(X1) dan Motivasi Emosional (X2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Persamaan regresi linier berganda menurut Sugiyono yaitu :

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

Keterangan :

X1 = Motivasi Rasional

X2 = Motivasi Emosional

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Independen

Agar mudah dalam proses perhitungan dan pengujian hipotesis akan dilakukan dengan bantuan SPSS¹⁹.

2. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat, adapun kriteria pengujian adalah

- a) Apabila nilai signifikan (a) $\alpha < 0,05$ maka H1 diterima dan Ho ditolak, yang berarti bahwa bersama-sama (simultan) variabel bebas (*independen*)

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian & pengembangan research and development*. (Bandung :pt, Alfabet, 2016)h. 192

berpengaruh signifikan terhadap variable terikat (*dependen*).

- b) Apabila nilai signifikan (α) $\alpha > 0,05$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, yang berarti bahwa bersama-sama (simultan) variable bebas (*independen*) berpengaruh signifikan terhadap variable terikat (*dependen*).²⁰

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat signifikan (α) 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Apabila nilai signifikan (α) $t > 0,05$ maka variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan.
- b. Apabila nilai signifikan (α) $t < 0,05$ maka variabel tersebut dapat berpengaruh secara signifikan.²¹

e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas atau independen dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen

²⁰ Dwi Priyatno, *Analisis Korelasi. Regresi Dan Multivariat Dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2011), h. 89

²¹ Andi Supangat, *Statistik* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 65

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²² Koefisien determinasi (*R Square*) yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen.



²² Somantri A Abdurrahman M, Muhidin SA, *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h. 156