

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis hubungan sebab akibat antara variabel bebas (independen) yaitu religiuitas, brand loyalty, label halal, label BPOM, dan harga, terhadap variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian produk kosmetik Wardah halal.¹

Melalui penelitian ini, peneliti berupaya untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap keputusan pembelian tersebut.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan merupakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menggunakan angka-angka dalam proses pengumpulan, analisis, dan penarikan kesimpulan data. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah asosiatif atau kausal, yang berfokus pada analisis hubungan

¹ Salim & Haidir, *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan Dan Jenis*, Society, 2019, II.

serta pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami sejauh mana faktor-faktor tertentu memengaruhi hasil yang diteliti.²

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2025.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Pagar Dewa. Karena memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak, sehingga memungkinkan untuk memperoleh responden yang merupakan pengguna langsung produk tersebut.

Kelurahan Pagar Dewa dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak dengan karakteristik masyarakat yang beragam, sehingga memberikan peluang besar untuk memperoleh responden yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, tingkat aktivitas ekonomi masyarakat di wilayah ini tergolong tinggi, termasuk dalam hal konsumsi dan penggunaan produk yang diteliti. Kondisi tersebut dianggap dapat mewakili perilaku konsumen secara umum, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai faktor-faktor yang

² Hotmaulina Sihotang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pusat Penerbitan Dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta, 2023<<http://www.nber.org/papers/w16019>>

memengaruhi keputusan pembelian produk tersebut di masyarakat.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran dalam suatu penelitian. Populasi mencakup individu atau objek yang relevan dengan tujuan penelitian sehingga dapat dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan.³

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga Kelurahan Pagar Dewa Kota Bengkulu yang berusia 18–37 tahun dan pernah menggunakan produk kosmetik Wardah halal. Penetapan batasan usia ini dilakukan karena kelompok usia tersebut dinilai sebagai konsumen aktif produk kosmetik serta memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan pembelian secara mandiri.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Sampel dalam penelitian ini adalah warga Kelurahan Pagar Dewa Kota Bengkulu yang berusia 18–37 tahun dan pernah

³ Fensca Fenolisa Lahallo and Angelika Tauran, 'Analisa Laporan Keuangan Pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Periode 2014-2023', *Jurnal Jendela Ilmu*, 5.2 (2024), 59–70<<https://doi.org/10.34124/ji.v5i2.205>>.

⁴ M.M. Ir. Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual&Spss, Edisi 1* (Jakarta: Kencana, 2017), h. 33

membeli serta menggunakan produk kosmetik Wardah halal.⁴

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berusia antara 18–37 tahun.
2. Pernah membeli dan menggunakan produk kosmetik Wardah halal.
3. Bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, karena jumlah populasi diketahui secara pasti. Adapun rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang digunakan

N : Besar populasi

e : Standar eror 10%

Berdasarkan data penduduk Kelurahan Pagar Dewa Kota Bengkulu tahun 2025, jumlah penduduk usia 18–37

tahun adalah 265.895 jiwa, yang terdiri dari kelompok umur sebagai berikut:

Tabel 3.1
Penduduk Kelompok Umur Tahun 2025 Kelurahan Pagar Dewa Kota Bengkulu

Kelompok Umur (Tahun)	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
18 – 22	88.615	82.742	96.857
23 – 27	1075	83.266	84.341
28 - 32	898	80.266	81.164
33 - 37	2852	84.733	3.533
Total			265.695

Sumber: Data Dokumentasi Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur, Kelurahan Pagar Dewa Kota Bengkulu Tahun 2025⁵

Di Kelurahan Pagar Dewa memiliki jumlah Penduduk sebanyak 265.695 jiwa sehingga sampel yang dibutuhkan adalah:

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

$$n = \frac{265.695}{1 + 265.695 (0,1)^2}$$

⁵ Kantor Kelurahan Pagar Dewa, *Data Dokumentasi Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur Kelurahan Pagar Dewa, Kota Bengkulu, Tahun 2025.*

$$n = \frac{265.695}{1+2.659,85}$$

$$n = \frac{265.695}{2.660,95}$$

$$n = 99,98$$

$$n = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Jumlah sampel tersebut dinilai telah mewakili populasi dan layak digunakan untuk analisis penelitian dengan tingkat kesalahan sebesar 10%

.D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang didapat langsung dari responden, yakni konsumen atau pembeli produk kosmetik Wardah halal yang menjadi subjek penelitian.⁶

Pengumpulan data ini dilakukan oleh peneliti melalui instrumen yang telah dirancang, seperti kuesioner yang memuat pernyataan mengenai tingkat religiusitas, kesetiaan terhadap merek, pandangan terhadap label halal dan label

⁶ Suprayogo, Imam, and Tobroni, *'Metodelogi Penelitian Agama'*, *Metodologi Penelitian*, 2014, 102.

⁷ Dewi Rosita and Ivo Novitaningtyas, *'Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa'*, *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4.4 (2021), 494–

505<<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>>.

⁸ Suprayogo, Imam, and Tobroni.

BPOM, penilaian terhadap harga, serta keputusan dalam melakukan pembelian.⁷

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari pihak lain di luar responden.⁸ Pada penelitian ini, data sekunder dapat berasal dari publikasi resmi seperti laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang memuat data demografi wilayah penelitian, arsip atau catatan penjualan produk Wardah dari toko atau distributor, ketentuan resmi dari MUI dan BPOM terkait sertifikasi halal serta izin edar, serta kajian ilmiah yang membahas religiusitas, brand loyalty, label halal, label BPOM, harga, dan perilaku konsumen.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif, di mana data yang dikumpulkan dari kuesioner dianalisis secara statistik untuk menemukan hubungan atau pola tertentu.⁹

⁹ Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (Bandung: Penerbit Alfabeta CV, 2022), h.75.

Tabel 3.2 Penilaian skala likert

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan dari sumber yang ada. Hasil dokumentasi dapat berupa tulisan maupun gambar. Dokumentasi ini diperkuat dengan data yang mendukung untuk penelitian yang dirancang dengan data yang mendukung untuk membuat temuan dari angket. Menurut Sugiono, dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen tertulis, gambar, atau rekaman yang berhubungan dengan objek penelitian.¹⁰

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel

Variabel Independen (X): Variabel yang memberikan pengaruh atau berkontribusi terhadap perubahan variabel lainnya. Adapun 5 variabel independen dalam penelitian ini meliputi:

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Edisi 2 (Bandung, 2021)

1. Variabel Independen (X1), dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang mempengaruhi yaitu pengaruh religiusitas.
2. Variabel Independen (X2), dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang mempengaruhi yaitu pengaruh brand loyalty.
3. Variabel Independen (X3), dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang mempengaruhi yaitu pengaruh label halal.
4. Variabel Independen (X4), dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang mempengaruhi yaitu pengaruh label BPOM.
5. Variabel Independen (X5), dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang mempengaruhi yaitu pengaruh harga.

Variabel Dependen (Y): Variabel yang mengalami perubahan sebagai akibat dari variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang diteliti adalah:

1. Variabel Dependen (Y), dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang mempengaruhi yaitu dipengaruhi yaitu keputusan pembeli produk kosmetik wardah halal .

2. Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk memberikan batasan yang jelas terhadap variabel penelitian agar dapat diukur secara kuantitatif.

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel Penelitian

NO	Variabel	Defnisi Variabel	Indikator
1.	Religiusitas (X ₁) ibadah	Religiusitas dapat diartikan sebagai bentuk penghayatan seseorang terhadap ajaran agama, yang mencakup simbol-simbol, kepercayaan, nilai-nilai, serta perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual.	1. Dimensi Keyakinan atau Ideologis. 2. Dimensi Praktik Keagamaan atau ibadah. 3. Dimensi Pengalaman Keagamaan. 4. Dimensi Pengetahuan Keagamaan. 5. Dimensi Konsekuensi.
		Tingkat keterikatan seseorang terhadap agamanya sangat	

		dipengaruhi oleh seberapa tinggi tingkat religiusitasnya.	
2.	Brand Loyalty (X_2)	Loyalitas merek merupakan komitmen konsumen terhadap sebuah merek yang Ditunjukkan melaluipilihan untuk terus membeli dan menggunakan produk dari merek tersebut secara berkelanjutan	1. Konsisten Terhadap Merek 2. Memiliki Komitmen Pada Merek Tersebut 3. Fanatik Terhadap brand

3.	Label Halal (X ₃)	Label merupakan bagian dari kemasan produk, baik dalam bentuk tampilan sederhana maupun desain rasis yang kompleks. Sementara itu menjelaskan bahwa label adalah elemen dari kemasan yang memuat informasi verbal.	1. Gambar. 2. Tulisan. 3. Kombinasi Gambar dan Tulisan. 4. Menempel Pada Kemasan.
----	-------------------------------	---	--

4.	Label BPOM (X ₄)	Label BPOM merupakan informasi resmi yang menunjukkan bahwa suatu Produk telah melewati tahap pengujian, penilaian, dan validasi oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI).	1. Pengetahuan. 2. Kepercayaan. 3. Penilaian Pada Labelisasi BPOM
----	------------------------------	---	--

5.	Harga (X_5)	Harga merupakan bentuk nilai tukar yang dapat diukur dengan uang atau barang lain sebagai imbalan atas manfaat yang Diperoleh dari suatu produk atau jasa, baik oleh individu maupun kelompok, pada waktu dan tempat tertentu.	1. Keterjangkauan Harga. 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk. 3. Daya Saing harga 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat.
----	-----------------	---	--

6.	Keputusan Pembeli (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu proses di mana konsumen mulai mengenali suatu produk, mencari informasi terkait produk atau merek tertentu, serta menilai kelebihan dan kekurangan dari berbagai pilihan yang tersedia.	1. Pemilihan Produk. 2. Pemilihan Merek. 3. Pemilihan Saluran Pembelian. 4. Penentuan Waktu Pembelian. 5. Jumlah Pembelian.
----	-----------------------	---	---

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan prosedur yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data penelitian yang telah dikumpulkan guna menjawab rumusan masalah penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) sebagai alat analisis statistik. Penggunaan

SPSS bertujuan untuk mempermudah proses pengolahan data serta meningkatkan ketepatan dan keakuratan hasil analisis.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif dan analisis inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian tanpa melakukan generalisasi terhadap populasi. Sementara itu, analisis inferensial digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui beberapa pengujian statistik.¹¹

Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel.

Kriteria pengujian adalah:¹²

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dinyatakan valid.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Edisi 2 (Bandung: Alfabeta Cv, 2021), h. 207

¹² Astuti Nuryadi, *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, Edisi 1 (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017), h.79.

2. jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha pada SPSS. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar regresi linier berganda sehingga hasil estimasi bersifat tidak bias dan layak diinterpretasikan. Uji asumsi klasik meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Model dinyatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas.¹³

¹³ Stuti Nuryadi, *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, Edisi 1

c. Uji Multikolineritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi dinyatakan bebas multikolinearitas apabila:

1. Nilai tolerance > 0,10
2. Nilai VIF < 10

d. Uji Analisis Regresi Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian produk kosmetik Wardah halal

a = Konstanta

X₁ = Religiusitas

X₂ = Brand Loyalty

X₃ = Label Halal

X₄ = Label BPOM

X₅ = Harga

b₁–b₅ = Koefisien regresi

e = Error

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang 0–1. Semakin mendekati 1, maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.¹⁴

Tabel 3.4
Interpretasi Koefisien Determinasi

Proporsi Internal Koefisien	Keterangan
0% - 19,99%	Sangat Rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), h.45.