

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode yang Digunakan**

Penelitian adalah sebuah proses menentukan solusi untuk suatu masalah setelah mempelajari dan menganalisis faktor-faktor situasional secara menyeluruh Sekar & Bougie, (2019;1). Sedangkan menurut Sugiyono (2019; 2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan yang bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan suatu pengetahuan sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dan kausal (verifikatif) dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian deskriptif menurut Sekaran & Bougie (2019, p, 43) adalah studi yang dirancang untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik objek (seperti orang, organisasi, produk, atau merek), pariwisata atau situasi. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk memperoleh data yang menggambarkan topik yang diminati.

Sedangkan metode penelitian kausal (verifikatif) diartikan sebagai metode yang menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel lain berubah atau tidak Sekaran & Bougie, (2019, p. 44).

#### **3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Definisi variabel dan operasional variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian ganda.

Definisi variabel juga membatasi sejauh mana penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dengan adanya variabel-variabel ini penelitian bisa diolah dengan mendapatkan cara pemecahan masalahnya.

Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai mengumpulkan data. operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dengan penelitian. Variabel ini melibatkan tiga variabel yaitu *Halal Marketing* sebagai variabel independen (Bebas), *Purchase Intention* sebagai variabel dependen (Terkait) dan *Religiosity* sebagai variabel intervening (Penghubung).

### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun itu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono (2019: 38). Sedangkan menurut Sekaran & Bougie, (2019:72), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat mengambil nilai yang berbeda atau bervariasi. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel independen (Bebas), variabel dependen (Terkait) dan variabel moderasi. Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terkait dengan simbol (X). Sedangkan variabel Dependen merupakan variabel bebas dengan simbol (Y).

Menurut Sugiyono (2019), variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, baik

dengan memperkuat maupun memperlemah hubungan tersebut. Dengan kata lain, variabel moderasi berfungsi untuk menguji interaksi antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga dapat mempengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara variabel tersebut. Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel bebas yaitu *Halal Marketing* (X). 1 variabel terikat yaitu *Purchase Intention* (Y), dan 1 variabel moderasi atau perantara yaitu *Religiosity* (Z).

### 3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian – bagian kecil sehingga diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan skala.

Terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Dan skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel-variabel yang menjadi bagian terkecil sehingga perlu diketahui klasifikasi ukurannya. Berikut operasionalisasi variabel yang dapat dilihat pada tabel yang peneliti sajikan dihalaman selanjutnya sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<i>Halal Marketing</i>  <i>Halal Marketing</i> adalah	Produk	Sertifikat halal, kualitas produk halal, label halal, bebas dari bahan haram dan kontaminasi.	Tingkat sertifikat halal, kualitas produk halal, label halal, bebas dari bahan haram dan kontaminasi.	Ordinal	1

<b>Variabel dan Definisi Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>No</b>
<p>sebuah konsep Paradigma bahwa pilihan konsumen muslim dipengaruhi oleh Islam adalah dasar dari konsep marketing halal.</p> <p><b>(Ihatec 2023)</b></p>	Harga	- Harga sesuai dengan kualitas, dan mencerminkan nilai tambah sertifikasi halal.	Tingkat harga kompetitif, harga sesuai dengan kualitas, dan mencerminkan nilai tambah sertifikasi halal.	Ordinal	2
	Tempat	- Pemilihan lokasi pemasaran yang strategis dan banyak dikunjungi konsumen.	Tingkat Ketersediaan produk di pasar halal, dan distribusikan untuk menjaga kehalalan produk tersebut.	Ordinal	3
	Promosi	- Pmanfaatan media sosial dan pameran untuk memperkenalkan produk halal.	Tingkat Penonjolan sertifikasi halal, kampanye edukasi halal, dan penggunaan media yang tepat untuk target pasar.	Ordinal	4
<p><b>Purchase Intention</b></p> <p>Purchase intention adalah sebuah proses pembelian dimulai dengan menentukan kebutuhan suatu produk atau merek, seperti kebutuhan dan antusiasme.</p> <p><b>Ismail et.al (2024)</b></p>	Minat Transaksional	- Hasrat yang dirasakan konsumen dalam memperoleh produk.	Tingkat kecenderungan atau keinginan untuk melakukan pembelian	Ordinal	5
	Minat Referensial	- Kemauan pelanggan dalam memberikan rekomendasi produk kepada orang lain.	Tingkat kecenderungan merekomendasikan produk kepada orang lain	Ordinal	6
	Minat Preferensial	- Preferensi atau prioritas utama konsumen terhadap produk tertentu.	Tingkat preferensi terhadap produk tertentu yang menunjukkan loyalitas merek.	Ordinal	7
	Minat eksploratif	- Karakter konsumen yang cenderung mengumpulkan informasi terlebih dahulu tentang produk.	Tingkat keinginan mencari informasi lebih lanjut	Ordinal	8
<p><b>Religiosity</b></p> <p>Religiosity adalah orientasi, perilaku,</p>	Keyakinan ( <i>Belief</i> )	- Keyakinan terhadap sifat-sifat tuhan, kitab suci, malaikat, para Nabi, hari	Tingkat keyakinan berhubungan dengan bagaimana seorang menerima, mengakui, dan meyakini hal-hal	Ordinal	9

<b>Variabel dan Definisi Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>No</b>
<p>dan gaya hidup yang dianggap penting oleh mayoritas orang di seluruh dunia dan tidak dapat diabaikan oleh psikologi sosial dan kepribadian.</p> <p><b>Sekides (2019)</b></p>		akhir, surga dan neraka.	yang dogmatik dalam agamanya.		
	Pengetahuan ( <i>Knowledge</i> )	- Pengetahuan seseorang terhadap ajaran agama yang dipeluknya dari sumber-sumber yang disepakati.	Tingkat keyakinan berhubungan dengan pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran agama yang dipeluknya, dari sumber-sumber yang disepakati dalam ajaran agamanya.		10
	Praktik ( <i>Practice</i> )	- Berhubungan dengan bagaimana seseorang melaksanakan ritual ajaran agamanya.	Tingkat ketaatan berhubungan dengan bagaimana seseorang melaksanakan ritual ajaran agamanya.	Ordinal	11
	Pengalaman ( <i>Experiential</i> )	- Pengalaman seseorang saat menjalankan ajaran agama bahkan saat melanggar ajaran agama.	Tingkat ketaatan seseorang saat menjalankan ajaran agama bahkan saat melanggar ajaran agama.	Ordinal	12
	Implikasi beragama ( <i>Consequential</i> )	- Dampak keberagaman dalam kehidupan sosial, seperti berperilaku jujur, adil, dan aktif dalam kegiatan sosial.	Tingkat keberagaman seseorang berdampak dalam kehidupan sosial, dan melakukan aktivitas sosial yang didorong oleh ajaran agamanya.	Ordinal	13

### 3.3 Populasi dan Sampel

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai pengertian populasi dan sampel yang ada pada penelitian ini, serta akan dijelaskan mengenai ukuran sampel yang akan digunakan di dalam penelitian ini. Di mana sampel tersebut akan menjadi responden atau sumber data yang akan digunakan di dalam penelitian ini dan berguna untuk penyelesaian penelitian ini.

### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019; 126), populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu. Karakteristik ini ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan dari hasil studi tersebut ditarik kesimpulan. Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti kulit yang termasuk seperti wajah, tangan, kaki, rambut, dan organ genital bagian luar, dengan tujuan untuk membersihkan, memperindah, mengubah penampilan, atau melindungi bagian tubuh tersebut tanpa memengaruhi struktur atau fungsi. Kriteria kosmetik menurut BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), bahan yang digunakan harus aman dan tidak berbahaya bagi kesehatan manusia, lalu fungsi kosmetik sesuai dengan tujuan penggunaannya yang tercantum jelas agar tidak menyesatkan konsumen, dan diproduksi sesuai dengan cara pembuatan kosmetik yang baik dan bahan digunakan sesuai dengan standar kodeks Kosmetika Indonesia. Kosmetik dibagi ke dalam beberapa tipe atau kategori, antara lain, bedak, eyeshadow, pensil alis, lipstik, maskara, blush on, eyeliner, dan masih banyak lagi yang lainnya. Maka dari itu populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen *Halal Cosmetics* gen Z di Bandung.

### 3.3.2 Sampel

Sampel yang baik adalah sampel yang bersifat representatif (mewakili) atau Untuk yang dapat menggambarkan karakteristik populasi. Sampel merupakan bagian populasi penelitian yang digunakan untuk memperkirakan hasil dari suatu penelitian. Sugiyono (2019; 127), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Artinya, sampel

merupakan sebagian dari keseluruhan anggota populasi yang mewakili sifat dan ciri khas populasi itu, sehingga analisis yang dilakukan pada sampel dapat digunakan untuk menarik kesimpulan tentang populasi secara keseluruhan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pengguna kosmetik di kota Bandung maka jumlah dari populasi tidak diketahui dan bervariasi sehingga besarnya sampel dapat digunakan menggunakan rumus Lemeshow yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

$z^2$  = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 5%.

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2(0,5)(1 - 0,5)}{(0,1)^2} \\ &= 96,04 = \text{dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang} \end{aligned}$$

Sehingga penelitian ini mengumpulkan jumlah sampel minimal 96 responden di Kota Bandung yang merupakan konsumen pengguna Kosmetik di kota Bandung. Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diperoleh ukuran (n) penelitian minimal sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini jumlah orang yang akan dijadikan sampel sebanyak 100 orang dengan tingkat kesalahan 10%.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian kali ini teknik pengumpulan data yang digunakan ialah :

#### 1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan kegiatan pengumpulan data secara langsung pada objek penelitian dengan cara melakukan wawancara, menyebarkan kusioner dan observasi.

##### a. Wawancara

Merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara sesi tanya jawab. Wawancara dapat dilakukan oleh peneliti apabila peneliti ingin mengetahui secara lebih dalam mengenai data atau informasi yang didapatkan yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Wawancara dapat dilakukan dengan responden maupun dengan pihak dari perusahaan terkait.

##### b. Kusioner

Kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan yang terkait dengan permasalahan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap permasalahan penelitian yaitu pengaruh *Halal Marketing*, terhadap *Halal Cosmetics Purchase Intention*, perhatian pada *Religiosity*.

##### c. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan responden. Observasi bertujuan untuk menemukan fakta yang ada di lapangan melalui

pengamatan langsung terhadap objek penelitian tanpa perantara. Teknik observasi yang dilakukan ialah dengan cara melakukan pengamatan kepada objek penelitian secara langsung dan juga memperhatikan kaitannya dengan permasalahan penelitian yang sedang dilakukan.

## 2. Penelitian Keputusan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan merupakan salah satu cara pengumpulan data secara tidak langsung yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data atau informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Data-data tersebut dapat berupa laporan ataupun dokumen perusahaan serta data-data lain yang dapat membantu proses pengumpulan data penelitian seperti :

### a. Buku

Buku yang digunakan merupakan buku yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan sehingga dapat memberikan informasi tambahan untuk menjawab permasalahan penelitian terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti.

### b. Jurnal

Jurnal merupakan data pendukung yang berasal dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Jurnal yang diambil ialah yang membahas mengenai permasalahan yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti saat ini.

### c. Internet

Pencarian data di internet dilakukan dengan cara mencari data dan informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, artikel, ataupun karya tulis ilmiah.

### 3.5 Uji Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

#### 3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses untuk mengukur sah atau tidaknya suatu instrumen penelitian khususnya kusioner dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas bertujuan mengetahui seberapa tepat data yang dilaporkan peneliti sama dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian Sugiyono (2019).

Uji validitas akan menggunakan teknik korelasi melalui *koefisien product moment*. Skor interval dari setiap item pertanyaan akan diuji validitasnya dan

dikorelasikan dengan skor keseluruhan setiap item. Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut.

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- R = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Setelah itu, perlu membandingkan nilai kritisnya. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka data dikatakan signifikan (valid) dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian. Tetapi sebaliknya jika jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Jika data sudah valid maka pernyataan – pernyataan dari data tersebut melakukan uji reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program

SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item total Statistik. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen pengukuran menghasilkan data yang konsisten dan stabil apabila digunakan berulang kali pada objek yang sama, dengan kata lain, uji reliabilitas meningkatkan tingkat keandalan, ketelitian, dan konsistensi data dari instrumen tersebut mengukur sebuah variabel penelitian Sugiyono (2019).

Metode ini mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus spearman brown untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap perolehan dengan rumus sebagai berikut:

$$r^1 = S \left( \begin{matrix} k \\ k - 1 \end{matrix} \right) \left( 1 - \frac{\sum a b^2}{a t^2} \right)$$

Keterangan

rl = Realibilitas Instrument

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum^a_b$  = Jumlah varians butir

$\alpha^2_t$  = Varians total

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus spearman brown menurut Sugiyono (2022:187) sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

$r_i$  = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi produk moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah di dapat reabilitas ( $y_{hitung}$ ) maka nilai tersebut dibandingkan dengan ( $Y_{tabel}$ ) yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila ( $y_{hitung}$ )  $\geq$  ( $Y_{tabel}$ ): Instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila ( $y_{hitung}$ )  $\leq$  ( $Y_{tabel}$ ): Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliable. Skala dikelompokkan dalam lima kelas dengan range atau rentang nilai yang sama, ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel.
2. Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel.
3. Nilai *Alpha Cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel.
4. Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel.
5. Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

### **3.6 Metode Analisis**

Menurut Sugiyono (2019), metode analisis adalah serangkaian prosedur yang sistematis dan logis dalam mengolah dan menginterpretasi data yang telah dikumpulkan agar dapat memberikan makna yang jelas dan mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Metode ini bertujuan untuk mengolah data menjadi informasi yang dapat dipahami sehingga dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan dan pengambilan keputusan berdasarkan tujuan penelitian.

Perhitungan statistik dengan ketentuan teknik sampling digunakan sebagai metode analisis dalam penelitian ini selanjutnya peneliti akan membuat rancangan analisis data dan melakukan pengujian hipotesis. Untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan dan analisis serta untuk menginterpretasikan data yang diteliti, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif seperti yang akan dijelaskan sebagai berikut. dimana alternatifnya berbentuk sebuah pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert memiliki gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban alternatif.

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fakta tentang ciri-ciri variabel yang ada secara aktual dan sistematis. Peneliti

mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden berdasarkan hasil pengoperasian variabel yang telah dilakukan sebelumnya. Setiap item dari kuesioner tersebut diukur menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial tertentu, menurut Sugiyono (2019). Dalam penggunaan skala likert maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert, yaitu sebagai berikut yang ditunjukkan pada tabel 3.2.

**Tabel 3.2**  
**Alternatif Jawaban dengan Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019)

Tabel 3.2 untuk mengetahui bobot (nilai) dari setiap pertanyaan yang telah diajukan. Bobot (nilai) tersebut dihitung untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel yang diteliti dan tingkat pengaruh dari setiap variabel yang diteliti. Untuk analisis dari setiap pertanyaan atau indikator, sebelumnya diperlukan untuk menghitung frekuensi jawaban setiap kategori atau pilihan jawaban, lalu dijumlahkan. Kemudian dihitung rata – rata dari setiap indikator tersebut. Hasil data dari tanggapan responden tersebut kemudian dicari kriteria sesuai skor yang dihasilkan. Agar dapat mengetahui kriteria seluruh indikator pada seluruh indikator variabel penelitian dibutuhkan skala kriteria dengan tahapan sebagai berikut:

1. Mencari skor maksimal atau skor ideal dan skor minimal

$$\text{Skor ideal} = \text{skor tertinggi} \times \text{jumlah butir item} \times \text{jumlah responden}$$

Skor minimal = skor terendah x jumlah butir item x jumlah responden

2. Mencari interval dan panjang interval kelas

Interval = skor ideal – skor minimal

Panjang interval = interval : banyak kelas interval

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Tafsiran Nilai Rata - Rata**

Interval	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Kurang Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: ( Sugiyono, 2019)

Tafsiran nilai rata – rata tersebut dapat di identifikasikan ke dalam garis kontinum. Berikut adalah garis kontinum yang digunakan untuk memudahkan peneliti kategori penilaian mengenai variabel yang diteliti.

### **3.6.2 Analisis Verifikatif**

Analisis verifikatif, menurut Sugiyono (2019), adalah jenis penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif adalah teknik penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel. Metode ini menggunakan perhitungan statistik untuk menguji hipotesis dan menghasilkan hasil yang menunjukkan apakah hipotesis itu valid atau tidak. Karena variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara langsung, hipotesis penelitian yang mendorong penggunaan analisis jalur, juga dikenal sebagai analisis jalur.

#### **3.6.2.1 Process Macro For SPSS Hayes**

Penelitian ini menggunakan Process Macro SPSS 4.2 by Andrew F. Hayes dengan model 1. Model 1 adalah salah satu model dalam process Macro yang di

ciptakan oleh Andrew F, Hayes untuk analisis moderasi, model ini digunakan untuk menguji efek moderasi, yaitu bagaimana hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh variabel moderator (W).

Berikut adalah langkah – langkah untuk menganalisis menggunakan Model 1:

- Mendefinisikan variabel independen (X), dependen (Y), dan moderator (W).
- Melakukan analisis regresi dengan memasukan interaksi antara X dan W untuk melihat efek moderasi.
- Menginterpretasikan koefisien regresi, terutama interaksi X dan W.

Adapun rumus atau model statistik yang secara umum rumus regresi moderasi model 1 adalah sebagai berikut:

$$Y = i + b_1 X + b_2 W + b_3 (X \times W) + e$$

Keterangan:

- Y = variabel dependen
- X = variabel independen
- W = variabel moderator
- X x W = interaksi antara X dan W
- i = intercept (konstanta)
- b1, b2, b3 = koefisien regresi
- e = error term

### 3.7 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah sebagai kesimpulan sementara dari masalah penelitian, hipotesis harus divalidasi. Hipotesis ditolak jika salah, tetapi diterima jika benar. Hasil penelitian atau observasi yang didasarkan pada fakta yang telah dikumpulkan

dapat menentukan keabsahan atau penolakan hipotesis. Uji hipotesis pengaruh variabel *Halal Marketing* (X), *Halal Cosmetics Purchase Intention* (Y) dan *Religiosity* (Z) menggunakan uji T.

### 3.7.1 Uji T

Hipotesis parsial diperlukan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Nilai  $t_{hitung}$  dapat dilihat dari hasil pengolahan data *coefficient*, Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian terhadap hasil regresi dilakukan dengan menggunakan uji t pada derajat keyakinan sebesar 95% atau  $\alpha = 5\%$ .

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut:

#### 1. Membuat Formula Uji Hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$  (Tidak terdapat pengaruh *Halal Marketing* terhadap *Purchase Intention*).

$H_1 : b_1 \neq 0$  (Terdapat pengaruh *Halal Marketing* terhadap *Purchase Intention*).

#### 2. Menentukan Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang dipilih adalah 5% ( $\alpha=0,05$ ) artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95%. Angka yang dipilih tepat untuk mewakili dalam pengujian variabel dan merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam penelitian.

#### 3. Menghitung Nilai t-hitung

Nilai ini digunakan untuk menguji signifikan terhadap variabel-variabel koefisiensi korelasi signifikan atau tidak, rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = \alpha + b_1 X + b_2 M + b_3 (X \times M) + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

$\alpha$  = Konstan

X = koefisien determinasi

M = variabel moderator

X x M = variabel interaksi (produk dari X dan M)

$b_1, b_2, b_3$  = koefisien regresi masing-masing variabel

e = error/ residul

Uji T dilakukan terhadap masing-masing koefisien  $b_1, b_2, b_3$  untuk mengetahui apakah pengaruh variabel bebas, variabel moderator, dan interaksi keduanya signifikan terhadap Y.

Pengambilan Keputusan t hitung dibandingkan dengan t-tabel, dengan kriteria:

- a. Bila t-hitung < t-tabel dan nilai Sig > 0,05 maka variabel bebas (independen) secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- b. Bila t-hitung > t-tabel dan nilai Sig < 0,05 maka variabel bebas (independen) secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

### 3.8 Rancangan Kuesioner

Sugiyono (2019) rancangan kuesioner adalah proses menyusun serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang berkaitan dengan objek penelitian, yang akan diberikan ke responden untuk dijawab secara sistematis, rancangan ini

bertujuan agar data yang diperoleh valid dan dapat menggambarkan variabel yang diteliti dengan tepat. Dalam rancangan kuesioner, pertanyaan disusun sedemikian rupa agar sesuai dengan tujuan penelitian dan biasanya terdiri dari beberapa indikator yang dijadikan item pertanyaan. Kuesioner yang digunakan biasanya memiliki skala pengukuran, misalnya seperti skala likert, untuk mengukur pendapat, sikap dan pandangan responden secara kuantitatif. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Kurang setuju (KS) diberi skor 3
- d. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

### **3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian akan dilakukan pada konsumen pengguna kosmetik gen z di Bandung, Jawa Barat. Dengan melakukan survey terhadap pengguna kosmetik dengan kriteria berumur 13 tahun ke atas sampai 28 tahun dan pernah membeli kosmetik. Survey akan dimulai dari 07 Agustus 2025 sampai dengan 12 Agustus 2025.