

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain penelitian pada hakikatnya merupakan suatu strategi untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan berperan sebagai pedoman atau penuntun peneliti pada seluruh proses penelitian (Nursalam, 2003). Adapun desain penelitian yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang berarti penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka dan juga berupa data sebagai pendukungnya (Sugiyono, 2004). Ditinjau dari tempatnya, maka jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*fieldresearch*) yaitu melakukan penelitian dilapangan guna untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden atau lokasi yang dijadikan obyek penelitian sehingga data yang diperlukan untuk mendukung penelitian dapat diperoleh.

#### **B. Lokasi Penelitian dan Obyek Penelitian**

Penelitian dilakukan di Pondok Mahasiswa dan Mahasiswi UII. Adapun antara lokasi pondok Mahasiswa dengan Mahasiswi yakni berbeda antara lain :

1. Lokasi pondok Mahasiswa di Jln. Selokan Mataram, Dabag, Condong Catur, Depok Sleman
2. Lokasi pondok Mahasiswi di jln. Kaliurang Km.14,6 Sleman Yogyakarta

#### **C. Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan, adapun dalam pengmabilan data dilakukan dari tanggal 18 November 2016- 18 Desember 2016

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### 1. Populasi

Populasi adalah semua dari nilai yang mungkin, baik hasil mengitung atau mengukur, kualitatif atau kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua elemen himpunan data yang ingin diteliti sifat -sifatnya (Isgiyanto, 2009). Populasi dalam penelitian ini yakni sebanyak 112 orang mahasiswa – mahasiswi pondok pesantren UII yang terdiri dari 49 laki-laki, dan 63 perempuan (Pengurus PP UII, 2016).

##### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin

mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenagadan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2009). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling methode*, yaitu teknik penarikan sampel secara khusus sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan berdasarkan tujuan penelitian (Budi, 2002). Dalam penelitian ini, sampel penelitian diambil dari mahasiswa-mahasiswi pondok pesantren Unggulan UII. Banyaknya sampel yang diambil yaitu, 90 mahasiswa-mahasiswi. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Dan Mahasiswi pondok UII. yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Mahasiswa dan mahasiswi pondok UII yang pernah membeli obat bebas (OTC)
2. Mahasiswa dan mahasiswi pondok UII yang mengetahui adanya obat bebas yang bersertifikasi halal

Metode ini bersifat relatif sederhana karena hanya memerlukan satu tahap prosedur pemilihan sampel. Setiap elemen populasi secara independen mempunyai probabilitas dipilih satu kali (tanpa pengembalian). Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (1999) Metode ini juga memungkinkan terpilihnya sampel yang mempunyai bias paling sedikit dan tingkat generalisasi yang tinggi tetapi, didasarkan atas adanya tujuan tertentu, yaitu untuk menganalisis pengaruh label halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC)

#### **E. Sumber Data**

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian. Data primer disebut juga data asli atau data baru. Pada penelitian ini data primer yang digunakan adalah data kuesioner, data survei dan data observasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu. (Barnabas, 2008). Data sekunder pada penelitian ini adalah studi kepustakaan.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti mengumpulkan data-data dengan berbagai cara, diantaranya yaitu: Studi lapangan (*Field Research*) Dalam hal ini peneliti terjun langsung ke lokasi dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Melakukan penyebaran kuisisioner atau angket, yang mana merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi angket tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan (Idrus, 2009). Dalam penelitian ini, kuisisioner atau angket akan disebarakan kepada mahasiswa dan Mahasiswi pondok pesantren unggulan UII yang menjadi sasaran penelitian.
2. Dokumentasi Pustaka, merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber tertentu seperti bahan bacaan, buku, jurnal, dan lain sebagainya.

#### **G. Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2009) variabel adalah suatu faktor atau sifat dari orang, sehingga obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang ditetapkan oleh penyusun untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Maka berdasarkan pengertian diatas variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Keputusan Pembelian (Y)

Suatu keputusan pembelian obat bebas (OTC) diimana pada dasarnya adalah suatu sikap yang selalu mempunyai pandangan bahwa apakah produk tersebut layak dibeli atau tidak.

Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

##### 2. Label halal (X1)

Label halal adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam kemasan, dimasukkan ke dalam, dan ditempelkan, yang pada merupakan bagian kemasan pangan. Karena dalam hal ini obat mempunyai label halal yang dibuktikan dengan sertifikasi halal. produk halal adalah produk pangan, obat dan kosmetika yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syari'at Islam serta memberikan manfaat yang lebih dari pada *madharat*.

##### 3. Promosi (X2)

Promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan mendorong permintaan, sehingga yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha

menyebarkan informasi, mempengaruhi sehingga meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan pada produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Sehingga dari jaminan halal tersebut (label) dapat dijadikan sebagai sumber informasi dalam promosi suatu produk.

#### 4. Harga (X3)

Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Harga juga mempunyai arti jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk. Menurut Chang & Wildt dalam Rajput, et.al (2012) harga memiliki pengaruh yang signifikan yang dapat dirasakan untuk membuktikan kualitas suatu produk.

### **H. Instrumen dan Penelitian yang Digunakan**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu pada saat peneliti menggunakan metode pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket), dimana teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab agar jawaban responden dapat dianalisis, dengan menggunakan skala interval yang berupa skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Tiap responden cukup mengemukakan pendapatnya apakah ia sangat setuju, setuju, kurang setuju, dan tidak setuju. Dengan memberikan alternatif jawaban terhadap suatu kontinum diharapkan responden akan lebih “tegas” menjawab atau minimal menunjukkan kecenderungannya. Adapun cara pemberian skor atau nilai pada alternatif jawaban tentang pengaruh label halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian dalam membeli obat bersertifikasi halal. Sedangkan untuk menyusun dan mengembangkan instrumen penelitian maka disajikanlah sebuah kisi-kisi sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Pengembangan Instrumen**

NO	Variabel	Indikator
1	Keputusan Pembelian	a. Pemenuhan Kebutuhan b. Alternatif Pilihan c. Informasi d. Evaluasi Produk
2	Label halal	a. Identifikasi b. Keterangan label
3	Promosi	a. Periklanan b. Media (alat bantu)
4	Harga	a. Keeterjangkauan b. Pertumbuhan c. Penetapan

Untuk mengungkap skor atau nilai dari masing-masing variabel, maka setiap alternatif jawaban diberi skor sehingga diperoleh data kuantitatif. Selanjutnya masing-masing indikator diukur dengan menggunakan Skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti (Riduwan, 2003).

#### **I. Metode Analisis Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif analisis dengan pendekatan studi deskripsi. Metode deskriptif adalah suatu metode yang meneliti status kelompok manusia, objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Nazir, 2003).

Statistik deskriptif mengacu pada transformasi data mentah kedalam suatu bentuk yang akan membuat pembaca lebih mudah memahami dan menafsirkan maksud dari data atau angka yang ditampilkan. Kegunaan utama statistik deskriptif ialah untuk menggambarkan jawaban-jawaban penelitian. Statistik deskriptif mengacu pada transformasi data mentah kedalam suatu bentuk yang akan membuat pembaca lebih mudah memahami dan menafsirkan maksud dari data atau angka yang ditampilkan. Kegunaan utama statistik deskriptif ialah

untuk menggambarkan jawaban-jawaban penelitian yang termasuk didalamnya salah satu rata-rata (Sarwono, 2006). Untuk mengetahui data responden, terlebih dahulu peneliti mencari data tersebut dengan metode dokumentasi.

Dalam penelitian kali ini, metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengkaji dan mengukur nilai atau rata-rata dari hasil uji pengaruh label halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC). Untuk mengukur seberapa besar pengaruh label halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC). dilakukan dengan cara menyebarkan angket serta memberi skor jawaban 1 untuk skor sangat tidak setuju, 2 untuk skor tidak setuju, 3 untuk skor setuju, dan 4 sangat setuju.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, tujuan uji validitas adalah untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah di buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ghozali, 2009).

Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar atau sama dengan  $r$  tabel atau  $r$  hitung berada dibawah 0,05. Untuk menentukan nilai  $r$  hitung, dibantu dengan program *SPSS statistics 21* yang dinyatakan dengan nilai *corrected item total correlation*. Dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *product moment* (Husein Umar,2003):

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien Korelasi

$n$  = Jumlah Obsevasi/responden

$X$  = Skor Pertanyaan

$Y$  = Skor Total

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik (Ghozali, 2009). Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberi hasil. Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat

pengukuran yang sama. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik croanbach alpha  $> 0,60$ , Dimana pada pengujian ini menggunakan bantuan komputer program SPSS. Rumus *croanbach alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum ab^2}{\alpha t^2} \right)$$

Keterangan :

- $r_{11}$  = Reliabilitas
- $k$  = Banyaknya butir pertanyaan
- $ab^2$  = Jumlah varian butir
- $\alpha t^2$  = Varian total

### 3. Uji asumsi klasik

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan analisis Inferensial (kuantitatif). Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program *SPSS statistics 21*. Analisis data dilakukan dengan bantuan metode regresi linear berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variabel dan independent variabel keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2001). Mendeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal P-P Plot. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model dari regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflantion factor* (VIF) . (Ghozali, 2001).

Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi

antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai *tolerance* kurang dari 0.10 (Ghozali, 2001)

#### c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam menguji apakah terdapat heterokedastisitas atau tidak yaitu dengan menggunakan uji *Glejser*, apabila uji *Glejser* menunjukkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen dapat disimpulkan terjadi indikasi Heterokedastisitas. Apabila probabilitas signifikansinya menunjukkan nilai di atas 0,05 atau 5%, maka dalam model regresi tersebut tidak terdapat heterokedastisitas. Uji *Glejser* merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi yang digunakan terjadi heterokedastisitas atau tidak, uji *Glejser* merupakan pengujian yang mengusulkan untuk meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel independen (Ghozali, 2001).

Cara lain untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heterokedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya, adapun dasar untuk menganalisisnya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka model regresi tersebut mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 4. Uji Regresi Berganda

Setelah melakukan uji asumsi klasik lalu menganalisis dengan metode regresi linear berganda dengan alasan variabel bebas terdiri dari beberapa variabel. Berdasarkan hubungan dua variabel yang dinyatakan dengan persamaan linear dapat digunakan untuk membuat prediksi (ramalan) tentang besarnya nilai Y (variabel dependen) berdasarkan nilai X tertentu (Variabel independent). Ramalan (prediksi) tersebut akan menjadi lebih baik bila kita tidak hanya memperhatikan satu variabel yang mempengaruhi (variabel independen) sehingga menggunakan analisis regresi linear berganda (Djarwanto, 1989). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dapat dirumuskan (Gujarati,1996):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian (variabel dependen)  
 X1 : Variabel label halal (variabel independen)  
 X2 : Variabel promosi (variabel independen)  
 X2 : Variabel harga (variabel independen)  
 $\alpha$  : Konstanta.  
 $\beta_1$  : Koefisien regresi variabel label halal  
 $\beta_2$  : Koefisien regresi variabel promosi  
 $\beta_3$  : Koefisien regresi variabel harga

## 5. Pengujian hipotesis

### a. Pengujian secara parsial (Uji t)

Pengukuran tes dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) ada pengaruh antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian secara parsial untuk setiap koefisien regresi di uji untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Pengujian setiap koefisien regresi dikatakan signifikan bila nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0.05 (tingkat kepercayaan yang dipilih) maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, sebaliknya dikatakan tidak signifikan apabila nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari 0.05 (tingkat kepercayaan yang dipilih) maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

### b. Uji F (Uji Ketepatan Model)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel label halal, proosi dan harga dengan variabel keputusan pembelian

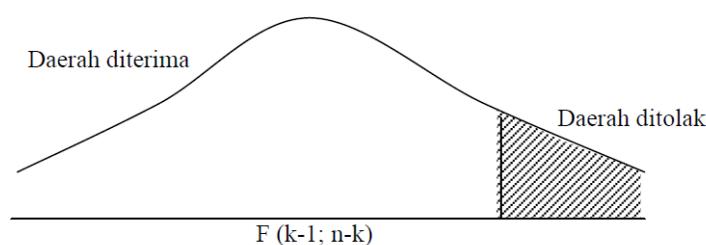
Prosedur uji F

#### 1) Menentukan hipotesa dan alternatif

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ ; (tidak ada pengaruh antara variabel x dan y)

$H_a: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$  (ada pengaruh antara variabel x dan y)

#### 2) Level of significance $\alpha = 0,05$ atau 5%



**Gambar 3.1**  
**Kriteria Pengujian**

### 3) Kriteria pengujian

Ho diterima apabila :  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak apabila :  $F_{hitung} > F_{tabel}$

#### c. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah mendekati nol karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi yaitu mendekati satu. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model (Ghozali, 2001).

#### J. Teknik Analisis Data

1. Analisis kuantitatif adalah analisis data secara matematis statistika dengan menggunakan bentuk-bentuk perhitungan. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana variabel label halal, promosi dan harga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC).
2. Analisis regresi linear berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas (dependen), dan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (independen). Persamaan yang digunakan dalam analisis regresi berganda ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel keputusan pembelian

A = Konstanta

b<sub>0</sub> = Koefisien regresi untuk variabel bebas

X<sub>1</sub> = variabel label halal

X<sub>2</sub> = variabel promosi

X<sub>3</sub> = variabel Harga