

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah variabel-variabel yang digunakan. Variabel tersebut terdiri dari variabel kesadaran halal sebagai variabel bebas (X), *Online Consumer Review* (OCRs) sebagai variabel moderasi (Z) serta variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian kosmetik impor. Adapun subjek penelitiannya adalah konsumen milenial kelahiran tahun 1980 sampai 2000 yaitu wanita yang pernah menggunakan produk kosmetik impor di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dari bulan Mei - Juni tahun 2020 dengan menyebarkan kuesioner via *google form* dan disebar di media sosial.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah penelitian yang berdasarkan pada cara ilmiah dengan rasional, empiris dan sistematis untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, syarat data dalam melakukan penelitian adalah valid, reliable dan objektif (Ferdinand, 2014)

Penelitian ini menggunakan jenis metode dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk angka-angka. Tujuan metode kuantitatif membangun hipotesis dan menguji secara empirik hipotesis yang telah dibuat berkaitan dengan fenomena yang diteliti (Ferdinand, 2014)

3.3 Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausalitas. Penelitian deskriptif didesain untuk menjelaskan karakteristik variabel, orang, kejadian atau situasi tertentu (Sekaran & Bougie, 2017). Sedangkan desain penelitian kausalitas menurut Ferdinand (2014) merupakan penelitian yang berbentuk *cause-effect* atau hubungan sebab akibat antar beberapa gambaran variabel kemudian ditariklah kesimpulan umum. Variabel yang dimaksud yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah kesadaran halal (X), *Online Consumer Review* (OCRs) sebagai variabel moderasi (Z) serta variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian kosmetik impor.

Selanjutnya data primer yang digunakan berasal dari responden konsumen milenial kelahiran tahun 1980 sampai 2000 yaitu wanita yang pernah menggunakan produk kosmetik impor di Indonesia.

3.3.1 Definisi operasional variabel

Operasional variabel merupakan seperangkat alat petunjuk atau operasi yang lengkap mengenai apa yang peneliti harus amati dan bagaimana mengamatinya dengan merujuk pada rujukan-rujukan yang empiris (Silalahi, Metode Penelitian Sosial, 2012). Pada bagian ini akan dijelaskan definisi serta operasionalisasi masing-masing variabel yakni keputusan pembelian kosmetik impor (Y), kesadaran halal (X), dan *Online Consumer Review* (OCRs) (Z).

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber Data
Variabel Dependen (Y)					
1.	Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan di mana konsumen menentukan akan membeli produk atau tidak secara langsung setelah melalui beberapa pertimbangan (Kotler & Keller, 2016)	1. <i>Product choice</i> (pilihan produk) 2. <i>Brand choice</i> (pilihan merek) 3. <i>Dealer choice</i> (pilihan tempat penyalur)	1) Memilih produk kosmetik impor dibandingkan dengan kebutuhan lainnya 1) Memilih desain kemasan produk kosmetik impor 2) Memilih kualitas produk kosmetik impor 1) Kemudahan membeli kosmetik impor 2) Memilih produk kosmetik impor dengan harga murah 3) Ketersediaan varian produk	Interval	Responden konsumen kosmetik impor

						kosmetik impor yang lengkap
						4) Kenyamanan berbelanja kosmetik impor
		4.	<i>Purchase amount</i> (Jumlah pembelian atau kuantitas)	1)		Membeli kosmetik impor sesuai dengan kebutuhan
		5.	<i>Purchase timing</i> (waktu pembelian)	1)		Waktu pembelian produk kosmetik impor
		6.	<i>Payment method</i> (metode pembayaran)	1)		Kemudahan dalam pembayaran produk kosmetik impor
Variabel Independen (X₁)						
2.	Kesadaran Halal (X) Kesadaran halal adalah kesadaran untuk dapat mengonsumsi produk-produk yang terbebas dari bahan-bahan yang mengandung alkohol dan babi serta turunannya (Ferdinand, 2014)	1.	Sadar akan halal	1)	Memperhatikan logo halal MUI pada kemasan kosmetik impor	Interval Responden konsumen kosmetik impor
		2.	Sadar halal merupakan kewajiban agama	1)	Kehalalan pada produk kosmetik impor sesuai dengan prinsip islam	
		3.	Kebersihan dan keamanan produk	1)	Memilih kosmetik impor halal terhindar dari penyakit	
				2)	Memilih kosmetik impor halal merupakan produk yang berkualitas baik	
		4.	Pentingnya pengetahuan	1)	Memperhatikan tanggal	

	produk mengenai proses pengemasan	2) Memeriksa kondisi kemasan kosmetik impor yang dibeli		
Variabel Independen (Z)				
Online Consumer Review (Z) <i>Online Consumer Review (OCRs)</i> didefinisikan sebagai suatu ulasan yang mana diberikan oleh konsumen mengenai informasi dari adanya evaluasi suatu produk tentang berbagai macam-macam aspek, dengan adanya informasi ini konsumen bisa mendapatkan pengetahuan mengenai bagaimana kualitas dari produk yang dicari (Nazir, 2011)	1. <i>Perceived usefulness</i> (Manfaat yang dirasakan)	1) Banyaknya referensi dari <i>beauty vlogger</i> tentang kosmetik impor	Interval	Responden konsumen kosmetik impor
	2. <i>Source credibility</i> (Kredibilitas sumber)	1) Percaya pada pengetahuan <i>beauty vlogger</i> mengenai ulasan kosmetik impor		
	3. <i>Argument quality</i> (Kualitas argumen)	1) Percaya pada hasil ulasan <i>beauty vlogger</i> mengenai kosmetik impor		
	4. <i>Review valance</i> (Tinjauan ulang)	1) Mencari beberapa referensi ulasan lainnya		
	5. <i>Volume of review</i> (Jumlah ulasan)	1) Melihat jumlah ulasan yang di ulas oleh <i>beauty vlogger</i> mengenai kosmetik impor		

Sumber : (Data diolah)

3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Ferdinand (2014) populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa dan menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena dipandang cocok untuk

penelitian (Nazir, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen wanita milenial kelahiran tahun 1980 sampai dengan 2000 yang pernah menggunakan produk kosmetik impor.

Menurut Ferdinand (2014) 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, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui berapa banyaknya dan peneliti tidak dapat memastikan jumlah populasi tersebut secara akurat. Oleh karena itu, untuk menentukan ukuran sampel digunakan Jacob Cohen dalam (Nazir, 2011) sebagai berikut:

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

$F^2 = Effect\ size$

u = Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi power dari u, diperoleh dari tabel Power ($p = 0,95$ dan $effect\ size (F^2) = 0,1$

L tabel dengan t.s 1% power 0,95 dan $u = 5$ adalah 19,76

Berdasarkan rumus tersebut, didapatkan hasil sesuai dengan perhitungan berikut ini:

$$N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1$$

$$N = 203,6$$

Jadi, berdasarkan hasil perhitungan rumus tersebut penelitian ini mengambil 203 responden untuk diteliti. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu suatu pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu (Nazir, 2011). Adapun kriteria yang menjadi pertimbangan penentuan sampel yaitu konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk kosmetik impor.

3.3.3 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Sintiyawati, 2020

KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK IMPOR: ANALISIS KESADARAN HALAL DAN ONLINE CONSUMER REVIEW (OCRs)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Instrumen adalah alat bantu yang akan digunakan oleh seorang peneliti dalam melakukan penelitiannya. Teknik pengumpulan data sendiri adalah hal yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut.

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Pengumpulan data yang ingin diperoleh dapat menggunakan teknik berdasarkan data yang ingin diperoleh. Berikut merupakan teknik pengumpulan data:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner penelitian yang telah disusun secara sistematis dengan 22 item pertanyaan mengenai kesadaran halal, *Online Consumer Review* (OCRs) dan keputusan pembelian kosmetik impor. Diberikan kepada 203 responden pengguna kosmetik halal sebagai sampel penelitian. Cara menyebarkan kuesioner penelitian menggunakan media sosial *WhatsApp* dan *Instagram* melalui *google form*.

2. Studi kepustakaan, yakni memperoleh informasi penelitian melalui studi pustaka yang bersumber dari buku, internet, dan hal lain yang merupakan bagian dari sumber bacaan literatur yang menyangkut tentang penelitian. Data sekunder ini diperoleh dengan membaca dan mempelajari literatur-literatur, catatan-catatan kuliah dan sumber-sumber lain yang relevan dengan masalah yang akan diteliti yaitu minat kewirausahaan dan bisnis Islam sehingga dapat menjadi landasan teori yang kuat serta mendukung penelitian (Aspan et al., 2017)

2. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuisisioner atau angket. Menurut (Arikunto, 2013), dalam menyusun sebuah instrument kuisisioner terdapat langkah-langkah yang harus diperhatikan yaitu sebagai berikut:

1. Merumuskan tujuan yang akan dicapai oleh peneliti
2. Menentukan responden, yaitu dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan produk *kosmetik impor*
3. Menyusun kisi-kisi kuisisioner
4. Menyusun pertanyaan untuk diisi oleh responden

5. Menggandakan angket untuk disebar ke responden
6. Menyebarkan kuesioner ke responden
7. Mengolah dan menganalisis hasil isian kuesioner

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skala *likert*. Skala ini dikenal juga sebagai *summated scale* yaitu skala yang sering digunakan dalam ilmu sosial terutama untuk mengukur sikap seseorang, skala ini dapat juga digunakan untuk mengukur pendapat, personalitas, menggambarkan kehidupan maupun lingkungan seseorang, emosi kebutuhan personal dan penggambaran pekerjaan (Ghazali, 2014). Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang diukur, dijabarkan dalam bentuk indikator dan ukuran interval (Sekaran & Bougie, 2017). Ukuran dari indikator tersebut diturunkan dalam bentuk pertanyaan penelitian yang akan dijawab oleh responden Masing-masing *item* pada pertanyaan dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5,

- a. Angka 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Angka 2 = Tidak Setuju (TS)
- c. Angka 3 = Netral (N)
- d. Angka 4 = Setuju (S)
- e. Angka 5 = Sangat Setuju (SS)

3. Uji Validitas dan Reabilitas

Validitas dan reabilitas adalah konsep besar bidang *measurement*. Konsep ini penting karena ketika penelitian bekerja menggunakan instrumen – instrumen maka instrumen – instrumen tersebut mempersyaratkan pemenuhan kriteria validitas dan reabilitas untuk digunakan dalam pengumpulan data (Ferdinand A. , 2014).

a. Uji Validitas

Menurut bahasa kata valid mengandung arti yang sama dengan kata *good*. Validity yang dimaksud adalah sebagai “ *to measure what should be measured* “ (Ferdinand A. , 2014). Skala pengukuran bisa dikatakan valid apabila dapat mengukur secara tepat apa yang seharusnya diukur. Apabila suatu penelitian tidak valid maka bisa dikatakan penelitian tersebut dianggap tidak bermanfaat bagi khalayak karena penelitian yang dilakukan tidak mengukur sesuatu yang seharusnya diukur dan tidak menghasilkan sesuatu yang seharusnya dihasilkan.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan uji validitas eksternal. Merupakan uji validitas sebuah item pertanyaan yang diukur menggunakan

korelasi antara skor pertanyaan tersebut (X1) dengan total skor tanpa melibatkan pertanyaan yang ingin diperiksa ($Z=Y-X1$). Uji validitas eksternal ini menggunakan rumus korelasi pearson atau *product moment*. Rumus tersebut dijabarkan sebagai berikut (Juanda, 2009):

$$r_{hitung} = \frac{N\sum xz - (\sum x)(\sum z)}{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{N\sum z^2 - (\sum z)^2}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = angka korelasi

n = jumlah responden

x = skor pertanyaan yang akan diuji validitasnya

z = skor total melibatkan pertanyaan yang dikaji (Y-X)

Harga r hitung menunjukkan indeks korelasi antar dua variabel yang dikorelasikan. Setiap nilai korelasi mengandung tiga makna yaitu tidak adanya korelasi, arah korelasi dan besarnya korelasi. Keputusan uji vaaliditas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r$ tabel, maka item pertanyaan (instrumen) valid
- Jika $r_{hitung} < r$ tabel, maka item pertanyaan (instrumen) dinyatakan tidak valid.

Adapun menurut Kusnendi (2018), jika hasil uji memberikan hasil dari koefisien item total berkisar antara 0,30-0,60 maka kriteria butir item dapat dikategorikan valid.

Pengujian pertanyaan prapenelitian yang diajukan pada kuesioner secara teknis menggunakan fasilitas *software* SPSS Statistic 22. Dalam variable tingkat kesadaran halal, diuraikan menjadi 6 butir pertanyaan angket yang disebar kepada 30 responden. Berikut hasil uji validitas untuk variable tingkat kesadaran halal :

Tabel 3. 2
Uji Validitas Variabel Kesadaran Halal

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
-----	----------	---------	------------

1	0,861	0,361	Valid
2	0,865	0,361	Valid
3	0,853	0,361	Valid
4	0,894	0,361	Valid
5	0,843	0,361	Valid
6	0,847	0,361	Valid

Sumber: Hasil Uji Coba Angket

Dalam variable tingkat *Islamic attributes*, diuraikan menjadi 6 butir pertanyaan angket yang disebar kepada 30 responden. Berikut hasil uji validitas untuk variable tingkat *Online Consumer Review (OCRs)* :

Tabel 3. 3
Uji Validitas Variabel *Online Consumer Review (OCRs)*

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,848	0,361	Valid
2	0,845	0,361	Valid
3	0,898	0,361	Valid
4	0,883	0,361	Valid
5	0,883	0,361	Valid
6	0,889	0,361	Valid

Sumber : Hasil Uji Coba Angket

Dalam variabel tingkat keputusan pembelian, diuraikan menjadi 10 butir pertanyaan angket yang disebar kepada 30 responden. Berikut hasil uji validitas untuk variabel tingkat keputusan pembelian :

Tabel 3. 4
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,782	0,361	Valid
2	0,599	0,361	Valid
3	0,679	0,361	Valid
4	0,772	0,361	Valid
5	0,578	0,361	Valid
6	0,768	0,361	Valid
7	0,797	0,361	Valid
8	0,466	0,361	Valid
9	0,495	0,361	Valid
10	0,746	0,361	Valid

Sumber: Hasil Uji coba Angket

Berdasarkan tabel-tabel di atas, tidak terdapat item yang tidak valid karena pertanyaan kuesioner tersebut memiliki koefisien korelasi butir total (r hitung) yang lebih tinggi dari r tabel, sehingga jumlah item variable keputusan pembelian, *Online Consumer Review* (OCRs), dan tingkat keputusan pembelian.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2000), reliabilitas diartikan sebagai indikator yang memperlihatkan sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat dipercayai, hal itu dapat terlihat jika dilakukan kembali penelitian dengan pengukuran yang sama pada objek yang sama maka hasilnya akan relatif sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Formula Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan aplikasi program SPSS seri windows (Arikunto, 2013).

Rumus:

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

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

k = jumlah pertanyaan

$\sum ab^2$ = jumlah varians masing-masing pertanyaan

σt^2 = jumlah varians total

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti item pertanyaan dikatakan reliabel
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti item pertanyaan dikatakan tidak reliabel

Menurut Kusnendi (2018), keputusan yang diambil pada uji reliabilitas ini dengan memperhatikan nilai *croanbach's alpha*, dimana:

- Jika *croanbach's alpha* $> 0,70$, maka instrumen dinyatakan reliabel
- Jika *croanbach's alpha* $< 0,70$, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel

Tabel 3. 5

Uji Reabilitas Variabel X,Z,Y

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Kesadaran halal (X)	0,932	Reliabel
2	<i>Online Consumer Review</i> (OCRs) (Z)	0,935	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,842	Reliabel

Sumber: Hasil Uji Coba Angket

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel X1, X2, Y menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dari hasil kedua pengujian diatas maka dapat disimpulkan bahwa instrument dinyatakan valid dan reliabel, sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

3.3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data atau teknik pengolahan data agar menghasilkan informasi yang mudah dipahami. Beberapa teknik pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Rancangan Analisis Data

Setelah data yang peneliti dapat dari responden melalui kuisioner yang sudah terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antar variabel kesadaran halal (X), Online Consumer Review (OCRs) (Z), ada pengaruhnya terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Prosedur yang digunakan dalam pengelolaan data penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu melakukan pemeriksaan kembali angket yang telah dilakukan survey kepada responden. Pemeriksaan tersebut berkaitan dengan kelengkapan pengisian angket secara menyeluruh.
2. *Scoring*, yaitu pemberian skor untuk setiap opsi dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan dalam angket dapat menggunakan skala Likert yang telah dijelaskan sebelumnya. Skala Likert tersebut akan mengukur jawaban responden terhadap fenomena sosial yang diteliti. Jawaban setiap instrumen skala ini mempunyai bobot dari sangat positif sampai sangat negatif.
3. *Tabulating*, yaitu perhitungan hasil scoring yang dituangkan ke dalam tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item setiap variabel.

4. Rancangan Analisis Deskriptif, digunakan sebagai gambaran dari hasil dari penghitungan variabel X dan Y serta kedudukannya.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi perlu dilakukan pengujian asumsi. Uji asumsi klasik baik digunakan agar penulis dapat mengetahui model regresi dalam penelitian baik atau tidak. Tujuan dari uji asumsi klasik ini yaitu untuk meyakinkan penulis bahwa hasil dari persamaan regresi sudah memenuhi ketepatan estimasi, tidak bias dan konsisten (Ghozali, 2011).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal (Priyatno, 2012).

Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *Probability Distribusi Function* (PDF) yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Menurut (Ghozali, 2005), terdapat dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data, yaitu:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis horizontal atau grafik residualnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis horizontal atau grafik residual tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi adanya hubungan linier antar variabel independen karena melibatkan beberapa variabel independen, maka multikolinearitas tidak akan terjadi pada persamaan regresi sederhana (yang terdiri atas satu variabel dependen dan satu variabel independen) (Rohmana, 2013). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan yang linier di antara variabel independen. Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance value* atau nilai *variance inflation factor* (VIF), batas dari *tolerance value* adalah di bawah 10%

0,10 atau nilai VIF di atas 10. Sebaliknya, untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas yaitu diketahui mempunyai nilai VIF kurang dari 10, dan mempunyai *tolerance value* lebih dari 0,1 (Priyatno, 2012).

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Priyatno, 2012), heterokedastisitas adalah keadaan di mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized* (Ghozali, 2005). Pengambilan keputusan untuk uji heterokedastisitas, adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Berganda dengan *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Analisis linear berganda bertujuan untuk melihat apakah ada atau tidak pengaruh antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) baik secara parsial maupun simultan, mengetahui besarnya koefisien determinasi (R²) yang menunjukkan besarnya variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen, serta untuk menguji kebenaran dari dugaan sementara pada model analisis data tersebut. Variabel Y dalam penelitian ini adalah produktivitas variabel X adalah kompensasi dan motivasi kerja, sebagai variabel moderasi. Dengan adanya variabel moderator, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan *moderated regression analysis*, yang merupakan teknis analisis data dengan variabel moderator.

Berikut ini merupakan model yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu (Kusnendi, 2018)

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 M + \beta_3 XM + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian kosmetik impor
- A = Konstanta
- β_{1-3} = Koefisien regresi
- X = Kesadaran halal
- M = *Online Consumer Review (OCRs)*
- XM = Variabel Interaksi
- E = Variabel gangguan

Adapun model persamaan regresi linear berganda dengan pendekatan matriks adalah sebagai berikut (Kusnendi, 2018):

$$\begin{matrix}
 Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + e_1 & o & 111 & 212 & k1k & 1 \\
 Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + e_2 & o & 121 & 222 & k2k & 2 \\
 \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\
 Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + e_n & o & 1n1 & 2n2 & knk & n
 \end{matrix}$$

Dengan asumsi data berdistribusi normal, maka rata-rata *e* sama dengan nol. Karena itu persamaan di atas diringkas menjadi (Kusnendi, 2018):

$$\begin{aligned}
 Y &= Xb \\
 \text{Dari persamaan } Y &= Xb, \text{ diperoleh matriks } b, \\
 b &= Y/X
 \end{aligned}$$

Dalam operasi matriks, pembagian tersebut dapat diselesaikan dengan mengalihkan matriks Y dengan matriks X (Kusnendi, 2018) :

$$(X'X)b = (X'Y)$$

$$\begin{matrix}
 n & \sum X_1 & \sum X_2 & \sum X_3 & b_0 & \sum Y & [\sum X_1^2 & \sum X_1X_2 & \sum X_1X_3] & [b_1] = [\sum X_1Y] & \sum X_2 & \sum X_2X_1 & \sum X_1^2 \\
 & & & & & & \sum X_2X_3 & b_2 & \sum X^2Y
 \end{matrix}$$

Berdasarkan persamaan normal diatas, diperoleh (Kusnendi, 2018) :

$$\begin{aligned}
 b_k &= (X'X)^{-1}(X'Y) \\
 b_0 & C_{00} \ C_{01} \ C_{02} \\
 & C_{03} \ \sum Y
 \end{aligned}$$

$$[b_1] = [C_{10} \quad b_2 \quad C_{20}$$

$$C_{13}] [\sum X_1 Y] \quad C_{21} \quad C_{22} \quad C_{23} \quad \sum X_2 Y$$

$$C_{11} \quad C_{12}$$

$$\begin{aligned} b_0 &= C_{00} \sum Y + C_{01} \sum X_1 Y + C_{02} \sum X_2 Y + C_{03} \sum X_3 Y \quad b_1 \\ &= C_{10} \sum Y + C_{11} \sum X_1 Y + C_{12} \sum X_2 Y + C_{13} \sum X_3 Y \quad b_2 \\ &= C_{20} \sum Y + C_{21} \sum X_1 Y + C_{22} \sum X_2 Y + C_{23} \sum X_3 Y \end{aligned}$$

Model persamaan yang digunakan untuk variabel moderasi adalah :

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

4. Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu pengujian hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut.

a) Hipotesis Pertama

H₀ : $\beta < 0$, artinya kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik impor.

H₁ : $\beta > 0$, artinya kesadaran halal berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian kosmetik impor.

b) Hipotesis Kedua

H₀ : $\beta < 0$, artinya tingkat *Online Consumer Review* (OCRs) tidak memoderasi (memperkuat) pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian kosmetik impor.

H₁ : $\beta > 0$, artinya tingkat *Online Consumer Review* (OCRs) memoderasi (memperkuat) pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian kosmetik impor.

Untuk menjawab hipotesis yang diajukan maka langkah-langkah yang harus ditempuh adalah sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t pada umumnya digunakan untuk melihat serta mengetahui ada atau tidak pengaruh dari setiap variabel bebas dengan variabel terikat.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Kusnendi, ARM dengan Variabel Moderator, 2018)

$$tbk = \frac{b_k}{Std_{error}} = \frac{b_k}{\sqrt{(RJK_{ress})C_{ii}}}; df = n - k - 1$$

Tahapan uji t statistik yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Perumusan hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji dua sisi (*two tailed*), sehingga perumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

- H0 : $\alpha_i = 0$
- H1 : $\alpha_i \neq 0$

2) Penentuan nilai kritis, dilihat melalui ttabel dengan perhitungan *degree of freedom* ($df = n - k$) dan taraf signifikansi 5%.

3) Nilai thitung masing-masing koefisien regresi dapat diketahui dari perhitungan dalam aplikasi *SPSS Statistics*.

4) Pengambilan keputusan

H₀ diterima, jika | thitung | < ttabel

H₁ diterima jika | thitung | > ttabel

5) Mengambil keputusan

Untuk menguji signifikan atau tidaknya variabel moderator, maka digunakan rumus sebagai berikut Jaccard (2003) :

$$t = \frac{(b^1 at Z)}{SE(b_1 at Z)}$$

$$SE (b_1 at Z) = [(var (b_1) + Z^2 var(b_3) + 2Zcov (b_1, b_3))]^{1/2}$$

b. Uji Determinan Koefiein (R²)

Koefisien determinasi (R₂) adalah suatu teknik untuk mengukur sejauh mana model penelitian dapat menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Nilai

koefisien determinasi yang baik adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 nya kecil maka berarti kemampuan variabel-variabel bebas (independen) dimana dalam penelitian ini adalah (kompensasi dan motivasi kerja) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (produktivitas kerja amil) amat terbatas. Begitu pun sebaliknya, nilai koefisien determinan yang mendekati satu, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas (independen) memberikan secara lengkap semua informasi yang dibutuhkan guna memprediksi variasi variabel terikat (dependen).

Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi (R^2) dan *adjusted R2* adalah sebagai berikut (Kusnendi, 2018):

$$R^2 = \frac{JK_{reg}}{JK_{tot}}$$

$$Adjusted R^2 = 1 - \frac{JK_{res}/df_{res}}{JK_{tot}/df_{tot}} = R^2 - \frac{k(1 - R^2)}{n - k - 1}$$

Dimana :

JK_{reg} = jumlah kuadrat regresi

df_{res} = derajat bebas residual

JK_{tot} = jumlah kuadrat total

df_{tot} = derajat bebas total

JK_{res} = jumlah kuadrat residua

