

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta karakteristik objek yang diteliti. Metode ini dipilih karena memberikan ruang bagi peneliti untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang kompleks, dalam hal ini terkait dengan preferensi konsumen terhadap produk kosmetik yang berlandaskan prinsip syariah dalam konteks *e-commerce* di platform TikTok Shop.⁸⁹

Pendekatan kualitatif memungkinkan eksplorasi terhadap pengalaman, pandangan, dan pola pikir individu secara menyeluruh. Fokus penelitian ini adalah pada mahasiswa Universitas Siliwangi, yang dipilih secara *purposive* karena dianggap memiliki karakteristik yang relevan terhadap isu penelitian, yaitu sebagai generasi digital yang aktif dalam menggunakan platform *e-commerce* serta memiliki kesadaran terhadap nilai-nilai syariah dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam keputusan konsumsi.⁹⁰

Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang utuh dan mendalam mengenai bagaimana prinsip-prinsip

⁸⁹ Dinda Saparingga Apriani1 et al., “Jurnal Bisnis Dan Ekonomi,” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* Vol. 6 No. (2024).

⁹⁰ Salma Machbub et al., “Analisis Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi Tahun 2020-2021),” *Ekonomi : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3, no. 3 (2023): 140–148. (Diakses pada tanggal 2 Agustus 2024).

syariah memengaruhi perilaku dan preferensi konsumen dalam melakukan pembelian produk kosmetik melalui platform digital seperti TikTok Shop.

B. Instrumen Penelitian

Sejalan dengan pendekatan tersebut, instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (*human instrument*), yang berperan langsung dalam proses pengumpulan, interpretasi, dan analisis data. Untuk mendukung keakuratan dan keterandalan data, peneliti menggunakan dua jenis instrumen bantu, yaitu:

1. Angket survei terbuka, yang disebarkan kepada sejumlah responden mahasiswa untuk menjaring data awal mengenai kecenderungan preferensi mereka terhadap produk kosmetik berprinsip syariah di TikTok Shop. Angket ini berisi pertanyaan-pertanyaan eksploratif yang mengarahkan pada tema penelitian, seperti kesadaran terhadap label halal, pengaruh harga, kualitas, testimoni pengguna, serta branding produk.
2. Pedoman wawancara semi-terstruktur. yang digunakan saat wawancara mendalam dengan narasumber terpilih. Pedoman ini memuat pertanyaan-pertanyaan terbuka yang fleksibel dan memungkinkan penggalian informasi yang lebih dalam tentang alasan, persepsi, dan pengalaman personal narasumber dalam mengambil keputusan pembelian.⁹¹

Selain itu, peneliti juga menggunakan catatan lapangan dan alat perekam suara untuk mendokumentasikan keseluruhan proses wawancara.

⁹¹ Imami Nur Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara," *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1 (2007): 35–40.

C. Uji Kredibilitas Data

Untuk menjamin keabsahan dan kepercayaan terhadap data yang diperoleh, penelitian ini menerapkan uji kredibilitas (*credibility*) sebagai bagian dari validitas internal dalam studi kualitatif. Uji kredibilitas dilakukan melalui beberapa beberapa teknik, antara lain:

1) Triangulasi Teknik

Peneliti menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data, yaitu survei terbuka dan wawancara mendalam. Dengan membandingkan data dari dua pendekatan tersebut, peneliti dapat mengecek konsistensi dan memperkuat keandalan temuan penelitian.

2) Member check

Setelah wawancara dilakukan dan ditranskrip, peneliti memberikan ringkasan hasil wawancara kepada narasumber untuk dikonfirmasi. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa interpretasi yang dilakukan oleh peneliti telah sesuai dengan maksud dan pengalaman yang ingin disampaikan oleh informan.

3) Diskusi Sejawat (*Peer Debriefing*)

Peneliti melakukan diskusi secara berkala dengan dosen pembimbing atau rekan sejawat untuk menguji keakuratan analisis dan interpretasi data. Melalui umpan balik dari pihak lain, peneliti dapat memperbaiki potensi bias dan menyempurnakan pemahaman terhadap data yang diperoleh.

4) Keterlibatan yang Memadai (*Prolonged Engagement*)

Peneliti menjalin interaksi yang cukup lama dan berulang dengan responden, baik pada tahap survei maupun wawancara, guna membangun hubungan saling percaya serta memperoleh data yang mendalam dan autentik.

5) Ketekunan Pengamat (*Persistent Observation*)

Dalam proses wawancara dan dokumentasi, peneliti melakukan pengamatan secara teliti terhadap ekspresi nonverbal, nada suara, serta konteks sosial yang melingkupi percakapan. Hal ini penting untuk mendapatkan pemahaman yang utuh dan tidak semata-mata berdasarkan isi verbal.⁹²

Dengan menerapkan berbagai strategi tersebut, peneliti berupaya memastikan bahwa data yang dihasilkan benar-benar merepresentasikan pengalaman dan pandangan mahasiswa Universitas Siliwangi sebagai subjek penelitian secara jujur, mendalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah subjek darimana asal data penelitian itu diperoleh. Apabila penelitian menggunakan wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan, baik tertulis maupun lisan.⁹³

⁹² Febriansyah SE, "Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Kualitatif," *Repository.Unikom.Ac.Id* 2, no. 1 (2017): 1–80.

⁹³ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka baru perss, 2014).

1. Sumber Data Primer

Sumber Data primer adalah sumber data pertama atau langsung dari subjek yang diteliti, tanpa perantara. Dalam penelitian kualitatif, data primer biasanya diperoleh melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, atau diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*). Data ini bersifat lebih subjektif dan mendalam karena berfokus pada pemahaman perspektif individu atau kelompok yang menjadi objek penelitian.⁹⁴

Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki pengalaman dalam melakukan pembelian produk kosmetik melalui platform TikTok Shop serta memiliki pengetahuan atau kepedulian terhadap prinsip-prinsip syariah dalam konsumsi. Pemilihan informan dilakukan secara purposive untuk memastikan relevansi karakteristik mereka dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui dua teknik, yaitu survei terbuka dan wawancara mendalam semi-terstruktur. Survei digunakan untuk menjaring data awal terkait preferensi konsumen terhadap produk kosmetik syariah, sedangkan wawancara dilakukan untuk menggali lebih dalam pandangan, pengalaman, dan pertimbangan informan dalam mengambil keputusan pembelian.

⁹⁴ Yati Afyanti, "Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terfokus) Sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif," *Jurnal Keperawatan Indonesia* 12, no. 1 (2008): 58–62.

Melalui kombinasi kedua teknik ini, diharapkan data yang diperoleh mampu memberikan gambaran yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.⁹⁵

2. Sumber Data Sekunder

Dalam penelitian kualitatif ini, data sekunder berfungsi sebagai penunjang dan penguat terhadap hasil temuan yang diperoleh dari data primer, yakni wawancara dan survei terhadap mahasiswa Universitas Siliwangi sebagai pengguna produk kosmetik di TikTok Shop. Data sekunder digunakan untuk membangun kerangka konseptual dan memberikan konteks teoretis terhadap fenomena preferensi konsumen yang diteliti.

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak diperoleh secara langsung dari sumber pertama yaitu dari berbagai dokumen tertulis yang telah dipublikasikan sebelumnya, seperti buku akademik, jurnal ilmiah, artikel institusional, dan laporan riset yang relevan. Literatur yang digunakan mencakup beberapa tema penting, antara lain: (1) konsep konsumsi halal dan etika konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam; (2) prinsip syariah dalam perilaku konsumen Muslim; (3) labelisasi halal dan kepercayaan konsumen; serta (4) dinamika e-commerce dan strategi digital marketing di media sosial, khususnya TikTok Shop. Beberapa referensi utama antara lain jurnal

⁹⁵ Nur Eliza Faizaty and Rumzil Laili, “Dampak Softselling Dalam Digital Marketing Pada Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Platform Grup Facebook Jago Jualan),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 4, no. 1 (2021): 47.

dari *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, buku “Etika Konsumsi dalam Islam” oleh A. Mannan, laporan tahunan dari We Are Social & Hootsuite terkait tren digital Indonesia, serta publikasi dari BPJPH mengenai regulasi halal.

Adapun tujuan penggunaan data sekunder dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Memberikan landasan teori yang kuat bagi analisis data primer,
2. Menunjukkan keterkaitan antara hasil penelitian dengan studi-studi terdahulu, serta
3. Memperluas pemahaman mengenai konteks sosial dan ekonomi di balik keputusan pembelian mahasiswa Muslim yang berupaya menerapkan prinsip syariah dalam konsumsi produk kosmetik.

Dengan demikian, data sekunder memiliki kontribusi penting dalam membingkai secara komprehensif preferensi konsumen dari sudut pandang normatif (syariah) maupun kontekstual (platform TikTok Shop sebagai media pemasaran).⁹⁶

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara mendalam (*in-depth interviews*)

Digunakan untuk menggali persepsi, preferensi, dan pengalaman subjek terkait pembelian produk kosmetik di TikTok Shop. Teknik ini memungkinkan peneliti mendapatkan pemahaman yang mendalam

⁹⁶ Nurhajjah Zulfa et al., “Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam,” *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 1, no. 2 (2023): 79–94.

mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, dengan pedoman wawancara yang dirancang berdasarkan kerangka prinsip syariah. Kerangka ini mencakup kehalalan produk, yaitu sejauh mana konsumen memperhatikan bahan, proses produksi, dan sertifikasi halal; keadilan harga, yakni persepsi konsumen mengenai kesesuaian harga dengan prinsip keadilan dalam transaksi; transparansi transaksi, yang berfokus pada pengalaman konsumen terkait informasi produk, kejelasan penjual, dan mekanisme pembelian; serta larangan riba, yaitu bagaimana konsumen memastikan transaksi bebas dari unsur riba atau praktik yang bertentangan dengan syariah.

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung pola penggunaan TikTok Shop oleh subjek penelitian, dengan fokus pada berbagai tahapan dalam proses pembelian. Hal ini mencakup bagaimana subjek mencari informasi mengenai produk kosmetik, berinteraksi dengan konten pemasaran seperti ulasan video, siaran langsung, atau promosi diskon, serta bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi keputusan pembelian mereka. Observasi ini bertujuan untuk memahami perilaku konsumen secara alami dalam konteks digital, sehingga dapat memberikan wawasan mendalam tentang dinamika preferensi dan keputusan pembelian yang berlandaskan prinsip syariah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder yang relevan untuk mendukung analisis penelitian, termasuk studi literatur, dokumen akademik, serta materi promosi produk di TikTok Shop yang berkaitan dengan prinsip syariah. Data ini mencakup informasi mengenai konsep kehalalan, keadilan harga, transparansi transaksi, dan larangan riba dalam bisnis, yang diintegrasikan dengan materi promosi seperti deskripsi produk, iklan, dan ulasan pengguna. Proses dokumentasi bertujuan untuk melengkapi data primer, memberikan konteks teoritis dan mengidentifikasi kesesuaian praktik pemasaran dengan prinsip syariah.⁹⁷

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara tematik, dimulai dari proses pengumpulan data hingga interpretasi hasil. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dianalisis menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi data, untuk menyaring informasi yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Kategorisasi tema, berdasarkan faktor-faktor preferensi konsumen dan prinsip syariah, seperti kehalalan produk, keadilan harga, dan transparansi transaksi.

⁹⁷ Iryana and Risky Kawasati, "Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif Di STAIN Sorong," *Jurnal Metode Penelitian* 1, no. 1 (2019): 20. (Diakses pada tanggal 6 Agustus 2024).

3. Interpretasi data, dilakukan dengan memadukan hasil analisis tematik dengan teori perilaku konsumen dan prinsip syariah untuk menjelaskan preferensi konsumen dalam keputusan pembelian.⁹⁸

⁹⁸ ruangjurnal, “Analisis Tematik Dalam Data Kualitatif,” *Ruangjurnal*, last modified 2024, <https://ruangjurnal.com/analisis-tematik/>. (Diakses pada tanggal 6 Agustus 2024).