

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian proses yang mencakup pengumpulan data, analisis, dan interpretasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian.⁷⁴ Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat *positivism*, yang diterapkan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif atau statistik, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.⁷⁵

Peneliti menggunakan metode ini untuk melihat pengaruh variabel X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Komunitas Virtual), X_3 (Halal Awareness) terhadap variabel Y (Preferensi Konsumen produk *skincare* Hada Labo) pada Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner atau survey, pengolahan data, analisis dan interpretasi data guna menguji hipotesis. Pada tahap pengolahan data, penulis menggunakan IBM SPSS *Statistics* versi 25.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan komponen penting dalam penelitian kuantitatif, yaitu atribut yang dapat diukur dan nilainya dapat berubah.

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. MT Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Bandung: ALFABETA, cv, 2023), 2.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D* (Bandung: Alfabeta CV, 2013), 8.

Hubungan antara variabel independen, dependen, dan kontrol diformulasikan dalam hipotesis yang akan diuji secara empiris⁷⁶. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen disebut juga variabel bebas, merupakan variabel yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain. Biasanya, variabel independen dimanipulasi oleh peneliti untuk mengamati dampaknya terhadap variabel dependen.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas Produk merupakan keseluruhan fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁷⁷

b. Komunitas Virtual (X_2)

Komunitas virtual adalah kumpulan sosial yang muncul dari internet ketika sejumlah individu yang cukup terlibat dalam diskusi publik yang berlangsung cukup lama, dengan tingkat emosional yang cukup.⁷⁸

⁷⁶ L Judijanto et al, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Ilmiah* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025).

⁷⁷ W Moko, A Basuki, and Y Risanto, *Manajemen Kinerja: Teori Dan Praktik* (Universitas Brawijaya Press, 2021), 124, <https://books.google.co.id/books?id=IYRTEAAAQBAJ>.

⁷⁸ G Priyowidodo, *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan* (Rajawali Pers, 2022), 5.

c. Halal *Awareness* (X_3)

Halal *awareness* merujuk pada tingkat pengetahuan atau pemahaman di kalangan umat islam mengenai isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. Pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang apa yang dianggap diperbolehkan dan proses produksi yang sesuai dengan standar halal islam.⁷⁹

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen dikenal sebagai variabel output, kriteria, konsekuen dan variabel terikat. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh hasil dari keberadaan variabel independen (bebas).⁸⁰ Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah preferensi konsumen terhadap produk *skincare* Hada Labo pada Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya. Preferensi konsumen merupakan pilihan dan selera individu terkait berbagai kombinasi produk dan layanan. Preferensi ini mencerminkan cara konsumen mengevaluasi dan membandingkan satu produk dengan produk lain guna memaksimalkan kepuasan.⁸¹

Untuk memperoleh data yang akurat, maka diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, yaitu skala yang mengukur tingkat kesepakatan responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan variabel

⁷⁹ Dr. Muhammad Syarof and Adab, *Pendorong Percepatan Program Sertifikasi Halal*.

⁸⁰ M A Sumanto, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif: Untuk Penelitian Sosial, Ekonomi Bisnis, Psikologi, Pendidikan, Dan Keperawatan* (Penerbit Andi, n.d.), 46.

⁸¹ S.E.M.E. Rineliana et al., *PENGANTAR EKONOMI MIKRO DAN MAKRO* (Cendikia Mulia Mandiri, 2025), 54.

penelitian. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X_1)	Persepsi konsumen terhadap kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya secara optimal mencakup ketepatan, keandalan, ketahanan, kesesuaian dengan standar, kinerja, kemudahan penggunaan, estetika, nilai untuk uang, layanan pelanggan, dan reputasi merek. ⁸²	Kinerja Produk (<i>Performance</i>) Ketahanan (<i>Durability</i>) Kesesuaian (<i>Comformance to specifications</i>) Estetika produk (<i>Aesthetics</i>) Keandalan (<i>Reliability</i>)	Likert
Komunitas Virtual (X_2)	Tingkat keterlibatan konsumen dalam komunitas online yang terbentuk berdasarkan minat bersama melalui interaksi berkelanjutan dan hubungan sosial antar anggota. ⁸³	Minat bersama Interaksi berkelanjutan Hubungan sosial	Likert
Halal Awareness (X_3)	Tingkat pemahaman dan kesadaran di kalangan konsumen Muslim mengenai kehalalan produk, yang mencakup pengetahuan tentang konsep halal, kewajiban agama, kebersihan dan keamanan produk, serta proses pengemasan yang sesuai dengan standar halal. ⁸⁴	Sadar akan halal Sadar halal sebagai kewajiban agama Kebersihan dan keamanan produk Pentingnya proses pengemasan Standar proses halal	Likert
Preferensi Konsumen (Y) produk skincare Hada Labo pada Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya	Kecenderungan individu untuk memilih produk tertentu melalui penilaian subjektif terhadap manfaat dan nilai yang dirasakan, dibandingkan dengan alternatif lain. ⁸⁵	Kelengkapan (<i>Completeness</i>) Transivitas (<i>Transivity</i>) Kontinuitas (<i>Continuity</i>) Lebih banyak lebih baik (<i>The more is the better</i>)	Likert

⁸² Dewi and Giantari, *Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subyektif, Dan Kualitas Produk*.

⁸³ Howard Rheingold, *The Virtual Community*.

⁸⁴ Masrurroh and Rafikasari, "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, Dan Bahan Baku Halal Terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung."

⁸⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikroekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada semua objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk tujuan penelitian, sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan.⁸⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya yang menggunakan produk *skincare* Hada Labo.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ukuran dan karakteristik yang serupa dan digunakan oleh peneliti ketika populasi terlalu besar untuk diteliti secara keseluruhan, sehingga peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut.⁸⁷ Dalam penelitian ini, teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. *Purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti.⁸⁸ Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R &D*, 80.

⁸⁷ Ibid., hlm 81.

⁸⁸ Ibid., hlm 84-85.

1. Responden merupakan Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya, rentang usia 13-28 tahun
2. Responden merupakan pengguna *skincare* Hada Labo atau pernah menggunakannya.
3. Responden aktif menggunakan media sosial dan pernah melihat informasi mengenai produk *skincare* Hada Labo melalui komunitas virtual.

Penentuan ukuran sampel pada penelitian ini dihitung berdasarkan rumus *lemeshow*, karena jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Adapun penghitungan sampel adalah sebagai berikut:⁸⁹

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Nilai Standart = 1,96

P = Maksimal Estimasi = 50% = 0,5

D = Alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

$$n = \frac{1,96^2 0.5 (1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = 96.04 = 96$$

⁸⁹ S K Lwanga and S Lemeshow, "Sample Size Determination in Health Studies A Practical Manual," n.d.

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Namun, untuk mempermudah proses pengumpulan data dan memperoleh hasil yang lebih relevan, jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Teknik dan Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, di mana teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner atau survey. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan penyediaan serangkaian pertanyaan tertulis atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat terdiri dari pertanyaan tertutup atau terbuka, dan dapat diberikan langsung kepada responden, dikirim melalui pos, atau melalui internet.⁹⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner atau angket dalam bentuk google form yang nantinya diisi oleh responden sesuai dengan topik penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data dari objek penelitian.⁹¹ Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang berisi pertanyaan atau pernyataan. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matriks pengembangan instrument atau kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

⁹⁰ Ibid., hlm 142.

⁹¹ Karimuddin Abdullah Dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 57.

Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item	No. Item
1.	Kualitas Produk (X_1)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Produk Hada Labo memberikan manfaat yang signifikan bagi kulit saya	1
			Saya merasa puas dengan performa produk Hada Labo.	2
		Ketahanan (<i>Durability</i>)	Produk Hada Labo memiliki daya tahan penggunaan yang baik	3
			Efek yang saya rasakan dari penggunaan produk Hada Labo bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama	4
		Kesesuaian (<i>Conformance to specifications</i>)	Produk Hada Labo sesuai dengan jenis dan kondisi kulit saya	5
			Produk Hada Labo memenuhi standar kualitas yang saya harapkan.	6
		Estetika (<i>Aesthetics</i>)	Desain kemasan produk Hada Labo menarik bagi saya	7
			Tampilan produk Hada Labo memberikan kesan berkualitas	8
		Keandalan	Produk Hada Labo memiliki kualitas yang konsisten dari waktu ke waktu	9
			Saya percaya bahwa produk Hada Labo aman digunakan secara rutin.	10
2.	Komunitas Virtual (X_2)	Minat bersama	Saya mengikuti komunitas skincare karena memiliki minat yang sama	11

			Saya merasa komunitas <i>skincare</i> membantu saya menemukan produk yang sesuai	12
		Interaksi berkelanjutan	Interaksi dalam komunitas <i>skincare</i> membuat saya semakin tertarik pada produk Hada Labo	13
			Diskusi yang aktif dalam komunitas membantu saya dalam memilih produk.	14
		Hubungan sosial	Saya merasa memiliki hubungan sosial dengan anggota komunitas <i>skincare</i>	15
			Rekomendasi dari sesama anggota komunitas memengaruhi keputusan pembelian saya	16
3.	Halal Awareness (X ₃)	Pemahaman konsep halal	Saya memahami kehalalan dalam produk <i>skincare</i>	17
			Saya mengetahui bahwa produk halal harus memenuhi standar tertentu	18
		Kewajiban agama	Saya merasa menggunakan produk halal adalah kewajiban sebagai Muslim	19
			Saya memilih produk halal karena alasan keagamaan.	20
		Kebersihan dan keamanan	Saya percaya produk halal lebih terjamin kebersihan dan keamanannya.	21

			Status halal membuat saya merasa aman menggunakan produk <i>skincare</i> .	22
		Proses pengemasan	Saya memperhatikan kehalalan proses pengemasan produk <i>skincare</i>	23
			Saya lebih memilih produk yang memiliki label halal resmi.	24
		Standar halal	Saya yakin produk yang bersertifikat halal memenuhi standar produksi yang baik	25
			Sertifikasi halal menjadi pertimbangan penting dalam membeli produk <i>skincare</i>	26
4.	Preferensi Konsumen (Y)	Kelengkapan (<i>completeness</i>)	Saya memilih produk Hada Labo karena menyediakan berbagai varian sesuai kebutuhan kulit saya.	27
			Produk Hada Labo menawarkan pilihan yang lengkap dibandingkan produk lain.	28
		Transitivitas	Saya konsisten memilih Hada Labo dibandingkan merek lain.	29
			Jika saya menyukai suatu produk Hada Labo, saya cenderung menyukai produk lainnya	30
		Kontinuitas	Saya berencana terus menggunakan	31

			produk Hada Labo.	
			Saya tetap memilih Hada Labo meskipun ada banyak alternatif produk lain.	32
		<i>The more is the better</i> (lebih banyak lebih baik)	Saya lebih puas jika mendapatkan manfaat lebih banyak dari penggunaan produk Hada Labo.	33
			Saya merasa lebih baik jika memperoleh lebih banyak produk/varian dari Hada Labo.	34

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat kesepakatan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan sikap, keyakinan, atau perilaku tertentu, sehingga peneliti dapat mengevaluasi kecenderungan sikap secara sistematis⁹². Adapun pemberian alternatif skor diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Skala Likert

Pernyataan	
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid merupakan alat pengukuran yang dapat menghasilkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Dengan kata lain, alat ukur tersebut benar-benar dapat digunakan untuk mengukur aspek atau

⁹² M S Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis, Paradigma Kuantitati* (Grasindo, n.d, 2009).

variabel yang seharusnya diukur, sehingga hasil yang diperoleh mencerminkan kondisi sebenarnya dari objek penelitian⁹³

Sebuah instrumen dianggap valid jika mampu mengukur aspek-aspek yang seharusnya diukur sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, instrument yang valid adalah alat ukur yang dapat menghasilkan data yang akurat dan relevan mengenai variabel yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan menggunakan validitas isi melalui analisis item, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor setiap item pertanyaan dan skor total instrumen secara keseluruhan.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X₁)

No. Item	'hitung	'tabel	Kriteria
1	0,832	0,195	Valid
2	0,810	0,195	Valid
3	0,751	0,195	Valid
4	0,786	0,195	Valid
5	0,732	0,195	Valid
6	0,824	0,195	Valid
7	0,796	0,195	Valid
8	0,779	0,195	Valid
9	0,686	0,195	Valid
10	0,664	0,195	Valid

Sumber: *Output SPSS 25*

Instrumen kualitas produk terdiri dari 10 item pernyataan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS 25 diperoleh dari 10 item pernyataan tersebut dikatakan valid.

⁹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R &D*, 175–76.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Komunitas Virtual (X₂)

No. Item	'hitung	'tabel	Kriteria
1	0.602	0,195	Valid
2	0,612	0,195	Valid
3	0,599	0,195	Valid
4	0,669	0,195	Valid
5	0,615	0,195	Valid
6	0,696	0,195	Valid

Sumber: *Output SPSS 25*

Instrumen komunitas virtual terdiri dari 6 item pernyataan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS 25 diperoleh 6 item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Halal *Awareness* (X₃)

No. Item	'hitung	'tabel	Kriteria
1	0,770	0,195	Valid
2	0,791	0,195	Valid
3	0,788	0,195	Valid
4	0,791	0,195	Valid
5	0,820	0,195	Valid
6	0,752	0,195	Valid
7	0,845	0,195	Valid
8	0,859	0,195	Valid
9	0,701	0,195	Valid
10	0,699	0,195	Valid

Sumber: *Output SPSS 25*

Instrumen halal *awareness* terdiri dari 10 item pernyataan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS 25 diperoleh 10 item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Preferensi Konsumen (Y)

No. Item	'hitung	'tabel	Kriteria
1	0,801	0,195	Valid
2	0,803	0,195	Valid
3	0,792	0,195	Valid
4	0,810	0,195	Valid
5	0,770	0,195	Valid
6	0,800	0,195	Valid
7	0,840	0,195	Valid
8	0,766	0,195	Valid

Sumber: *Output SPSS 25*

Instrumen Preferensi Konsumen terdiri dari 8 item pernyataan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS 25 diperoleh 8 item pernyataan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi keandalan kuesioner sebagai alat ukur untuk mengukur variabel penelitian. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan menunjukkan konsistensi atau stabilitas sepanjang periode waktu yang berbeda. Uji ini memastikan bahwa alat ukur penelitian mampu menghasilkan hasil yang konsisten ketika diterapkan dalam kondisi yang sama pada waktu berbeda.⁹⁴

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, merupakan metode yang diterapkan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur sikap atau perilaku

⁹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9* (Semarang, 2018), 45.

responden. Sebuah variabel dianggap andal jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60 ($\alpha > 0.60$), yang menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik. Metode ini dipilih karena cocok untuk instrument penelitian yang menggunakan skala Likert dan mampu menunjukkan tingkat keandalan data yang dihasilkan, sehingga cocok untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X₁)

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.922	10

Sumber: *Output SPSS 25*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas produk sebesar 0,922, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas karena nilainya lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Komunitas Virtual (X₂)

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.879	6

Sumber: *Output SPSS 25*

Dapat disimpulkan untuk variabel komunitas virtual nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,879, berdasarkan kriteria uji reliabilitas jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka instrumen komunitas virtual dengan 6 item dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Halal Awareness (X₃)

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.929	10

Sumber: *Output SPSS 25*

Dapat disimpulkan untuk variabel halal awareness nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,929, berdasarkan kriteria uji reliabilitas jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka instrumen halal awareness dengan 10 item dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas Preferensi Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.917	8

Sumber: *Output SPSS 25*

Dapat disimpulkan untuk variabel preferensi konsumen nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,917, berdasarkan kriteria uji reliabilitas jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka instrumen preferensi konsumen dengan 8 item dinyatakan reliabel.

F. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji persyaratan yang berkaitan dengan kesesuaian data untuk dianalisis menggunakan statistik parametrik atau non parametrik. Melalui uji normalitas, distribusi

data penelitian dapat ditentukan apakah normal atau tidak.⁹⁵ Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji statistic non parametrik *Kolmogorov-Smirnov*, yang membandingkan distribusi kumulatif data penelitian dengan distribusi normal teoritis. Nilai residu standar dianggap terdistribusi secara normal jika nilai K hitung $< K$ tabel atau nilai $Sig > Alpha$.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah prosedur yang bertujuan untuk menentukan apakah dua variabel menunjukkan hubungan linear yang signifikan atau tidak. Linearitas merujuk pada kondisi di mana hubungan antara variabel dependen dan variabel independen bersifat linear dalam rentang tertentu dari variabel independen.⁹⁶ Standar untuk menentukan linearitas adalah jika nilai signifikansi *deviation from linearity* lebih dari 0,05 maka terdapat hubungan linear antara dua variabel tersebut. Sebaliknya, jika nilai signifikansi *deviation from linearity* kurang dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang diterapkan pada regresi linear yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Uji ini

⁹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D* (Bandung: Alfabeta CV, 2015), 203.

⁹⁶ dkk Linda Rosalina, *Buku Ajar Statistika* (Padang: CV. Muharika Rumah Ilmiah, 2023), 68.

bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Untuk mendeteksi multikolinearitas, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL) harus diperhatikan. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 multikolinearitas dinyatakan ada. Sebaliknya, jika nilai VIF kurang dari 10,00, multikolinearitas tidak ada.⁹⁷

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan varians residu antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah model yang menunjukkan varians residu yang sama antara pengamatan. Dalam menentukan hipotesis pada uji heterokedastisitas, jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka heterokedastisitas tidak terjadi dan hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka heterokedastisitas terjadi dan hipotesis ditolak.⁹⁸

G. Teknik dan Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk mengolah dan menyajikan data dengan cara menggambarkan

⁹⁷ dkk Resista Vikaliana, *Ragam Penelitian Dengan SPSS* (Klaten: CV. Tahta Media Group, 2022), 16.

⁹⁸ Ibid., hlm 23.

karakteristik data yang telah diperoleh tanpa melakukan generalisasi yang berlaku secara luas.⁹⁹ Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai setiap variabel penelitian, yaitu kualitas produk (X_1), komunitas virtual (X_2), halal *awareness* (X_3), serta preferensi konsumen (Y) pada Generasi Z Muslim pengguna *skincare* Hada Labo di Kota Tasikmalaya. Melalui analisis ini, peneliti dapat melihat kecenderungan, pola jawaban, dan distribusi respon responden pada masing-masing variabel.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Parsial

1) Koefisien Korelasi Sederhana

Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan serta arah hubungan antara dua variabel. Pemilihan teknik korelasi bergantung pada jenis data dan tujuan analisis.¹⁰⁰ Dalam penelitian ini, korelasi sederhana digunakan untuk melihat hubungan antara kualitas produk (X_1), komunitas virtual (X_2), halal *awareness* (X_3), dan preferensi konsumen (Y) pada Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya.

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment* yang diolah melalui IBM SPSS Statistics. Untuk menginterpretasikan tingkat

⁹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*, 147.

¹⁰⁰ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 125.

kekuatan hubungan antara skor item dengan skor total, digunakan pedoman sebagai berikut:¹⁰¹

- a) Nilai interval koefisien 0.00–0.199 : sangat rendah
- b) Nilai interval koefisien 0.20–0.399 : rendah
- c) Nilai interval koefisien 0.40–0.599 : sedang
- d) Nilai interval koefisien 0.60–0.799 : kuat
- e) Nilai interval koefisien 0.80–0.999 : sangat kuat
- f) Nilai interval koefisien 1.00 : sempurna

2) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana merupakan metode statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Melalui analisis ini dapat diketahui arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif. Selain itu, analisis regresi linear sederhana juga digunakan untuk memprediksi perubahan nilai variabel terikat ketika variabel bebas mengalami peningkatan atau penurunan¹⁰². Adapun persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Penjelasan rumus:

¹⁰¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*, n.d., 184.

¹⁰² Resista Vikaliana, *Ragam Penelitian Dengan SPSS*, 36–37.

Y : variabel dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel bebas.

a : konstanta (*intercept*), yaitu nilai Y ketika $X = 0$. Konstanta menunjukkan titik potong garis regresi pada sumbu Y.

b : koefisien regresi, yaitu angka yang menunjukkan besarnya perubahan pada Y ketika X meningkat satu satuan. Koefisien ini juga menentukan arah hubungan:

b positif $\rightarrow$ hubungan positif (semakin besar X, semakin besar Y)

b negatif $\rightarrow$ hubungan negatif (semakin besar X, semakin kecil Y)

X : variabel independen (variabel bebas), yaitu variabel yang memengaruhi atau digunakan untuk memprediksi Y.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada prinsipnya digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase pengaruh seluruh variabel independen dalam model terhadap variabel dependen.¹⁰³ Nilai R^2 berada pada rentang 0 hingga 1. Apabila nilai R^2 mendekati 1, maka hal tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel independen

¹⁰³ Ibid., hlm 41.

dalam model mampu memberikan informasi yang kuat dan memadai untuk memprediksi variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati 0 berarti kemampuan model dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen semakin rendah.¹⁰⁴

4) Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara individual terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t ditentukan berdasarkan nilai signifikansi (sig). Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak,¹⁰⁵ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

b. Uji Hipotesis Berganda

1) Koefisien Korelasi Berganda

Koefisien berganda merupakan analisis hubungan yang digunakan untuk melihat keeratan antara dua variabel tertentu dengan mempertimbangkan variabel lainnya sebagai variabel

¹⁰⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

¹⁰⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2018), 41.

kontrol atau pengendali. Nilai korelasi berganda berada pada rentang -1 hingga $+1$. Nilai yang mendekati -1 atau $+1$ menunjukkan hubungan yang semakin kuat, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan hubungan yang semakin lemah.¹⁰⁶

2) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan fungsional atau kausal antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Dengan menggunakan analisis ini, peneliti dapat mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas sekaligus melihat sejauh mana variabel-variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi variabel terikat.¹⁰⁷

3) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini, kaidah pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

H_0 : Model regresi tidak layak digunakan.

¹⁰⁶ Resista Vikaliana, *Ragam Penelitian Dengan SPSS*, 5.

¹⁰⁷ Ridwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta CV, 2014), 252.

H_a : Model regresi layak digunakan.

Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada perbandingan antara nilai F hitung dan F tabel. Jika F hitung lebih besar daripada F tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika F hitung lebih kecil daripada F tabel, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini, peneliti melaksanakan penelitian yang berlokasi di Kota Tasikmalaya dengan objek penelitian berupa generasi Z muslim yang menggunakan produk *skincare* Hada Labo

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun akademik 2025/2026. Alokasi waktu yang direncanakan untuk pelaksanaan penelitian ini disusun sebagai berikut:

