

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik.⁶⁴ Pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini peneliti mengarahkan pada realita yang berkaitan dengan gaya hidup (*lifestyle*) dan citra merek (*brand image*) yang mempengaruhi keputusan pembelian pada hijab Elzatta di Tulungagung.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif. Analisis asosiatif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidaknya hubungan keberadaan variabel dari dua kelompok data atau lebih. Hubungan variabel dalam penelitian ini adalah hubungan kausal (sebab akibat). Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat generalisasi atau tidak, apabila

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Cetakan ke 8, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 8

hipotesis (H_a) diterima, berarti hasil penelitian menyatakan ada hubungan antarvariabel.⁶⁵

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Supardi, “Populasi adalah suatu kesatuan individu atau ubyek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati/diteliti”.⁶⁶ Menurut Maulidi, “Populasi adalah himpunan semua individu atau objek yang menjadi bahan pembicaraan atau bahan penelitian”.⁶⁷ Sedangkan menurut Sugiyono, “Populasi (population), yaitu sekelompok orang, kejadian atau gejala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.”⁶⁸ Populasi bisa terdiri atas orang dan dapat pula berupa objek tertentu, populasi juga bisa terbatas dan tidak terbatas.⁶⁹ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah costumer atau pelanggan pada toko Elzatta yaitu 4538 pelanggan.

2. Sampling

Menurut Priadana dan Muis, “*Sampling* adalah cara pengambilan sampel dengan menggunakan metode tertentu.”⁷⁰ Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability*

⁶⁵ Sofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 213

⁶⁶ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: UII, 2005), hlm. 101

⁶⁷ Ali Maulidi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hlm. 2

⁶⁸ Moh. Sidik Priadana & Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 102

⁶⁹ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 33

⁷⁰ Moh. Sidik Priadana & Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. . . .hlm.

sampling yaitu pengambilan sampel penelitian secara non-random (tidak acak).⁷¹ Dalam teknik ini pengambilan sampelnya tidak menggunakan teknik-teknik statistik (non statistik), berarti setiap calon anggota populasi karena tidak diketahui sebelumnya memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian.

Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *teknik sampling insidental*. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan /insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷² Dalam penelitian ini peneliti menentukan sampel konsumen di toko Elzatta, siapa saja orang yang masuk toko dan berbelanja untuk pertama kali akan ditetapkan sebagai sampel penelitian.

3. Sampel penelitian

Menurut Supardi, “sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi.”⁷³ Menurutnya, sampel penelitian baik secara kualitatif maupun kuantitatif harus mewakili keadaan populasi penelitian, sampel penelitian menjadi sangat penting karena menggambarkan keadaan populasi dan hanya mengambil sumber data sebagian dari anggota populasi.

⁷¹ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*, . . . , hlm. 114

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, . . . , hlm. 126

⁷³ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: UII, 2005), hlm. 103

Pengacakan sampel adalah sebuah prosedur dalam penelitian kuantitatif untuk memilih partisipan. Hal ini berarti bahwa masing-masing individu dalam sebuah populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk terpilih dan terjaring sebagai sampel.⁷⁴ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Tulungagung yang pernah membeli hijab Elzatta. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Presisi yang ditetapkan

Berdasarkan data yang didapat dari toko Elzatta Tulungagung. Elzatta Tulungagung memiliki jumlah *costumer* 4538 pelanggan, dalam hal ini penulis menetapkan tingkat kesalahan sebesar 10%. Maka dapat dirumuskan:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{4538}{1 + 4538 (0,1)^2} = 97,84$$

Maka dari hasil penghitungan tersebut diperoleh hasil 97,84. Dengan demikian, penulis menetapkan responden sebesar 100 pelanggan pada toko Elzatta Tulungagung.

⁷⁴ John W. Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Third Edition, Terjemh. Achmad Fawaid, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, cetakan ketiga, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), hlm. 353

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama.⁷⁵ Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.
- b. Data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya.⁷⁶ Pengumpulan data sekunder ini diperoleh dari data banyaknya customer/pelanggan yang ada di toko Elzatta Tulungagung.

2. Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁷ Variabel disusun dan dibuat harus jelas baik dalam bentuk konstruk ataupun isi.⁷⁸ Variabel dibedakan menjadi 2, yaitu:

- a. Variabel X adalah variabel bebas (*independent*), yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau

⁷⁵ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2009), hlm. 131

⁷⁶ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2005), hlm. 121

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm. 63

⁷⁸ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Publishing, 2017), hlm. 32

timbulnya variabel terikat.⁷⁹ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel X_1 (*lifestyle*) dan X_2 (*brand image*).

- b. Variabel Y adalah variabel terikat (*dependent*), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat atas variabel bebas.⁸⁰

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian pada hijab Elzatta di Tulungagung.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁸¹ Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- | | |
|--|---|
| a. Sangat Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| b. Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |

⁷⁹Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm. 64

⁸⁰*Ibid.*, hlm. 64

⁸¹*Ibid.*, hlm. 135

- c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
- d. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor 1

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert dengan ukuran:

SS	= Sangat Setuju	diberi skor	5
S	= Setuju	diberi skor	4
N	= Netral/Ragu-ragu	diberi skor	3
TS	= Tidak Setuju	diberi skor	2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap subyek dan obyek penelitian secara seksama dan sistematis. Observasi dibedakan menjadi yaitu observasi partisipan dan observasi nonpartisipan.⁸² Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipan yaitu dengan mengamati kegiatan customer/pelanggan pada toko Elzatta Hijab Tulungagung yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

b. Angket/kuesioner

⁸² Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm.

Menurut Sugiyono, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁸³ Sedangkan menurut Supardi, angket merupakan sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁸⁴

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam metodologi penelitian sosial.⁸⁵ dokumentasi dari penelitian ini diperoleh dari barang-barang yang tertulis. Peneliti melakukan pengumpulan data dari buku-buku, jurnal maupun skripsi tentang gambaran umum dari variabel-variabel yang dipakai dan objek penelitian.

2. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu untuk mendapatkan data di lapangan sehingga efektif dan efisien. Instrument penelitian harus dapat menghasilkan data yang bisa dipertanggungjawabkan dari sisi validitas maupun reliabilitas. Supaya memperoleh data tersebut

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Cetakan ke-14, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 142

⁸⁴ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*,, hlm. 127

⁸⁵ Tarwiyatun Niza, "Pengaruh Persepsi, Citra Merek dan Periklanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunut Tulungagung", *Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Tidak diterbitkan*, 2016.

maka instrumen penelitian harus merupakan instrumen pengukuran variabel yang tepat.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Referensi
<i>Lifestyle</i> (X ₁)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Activity</i> (aktifitas) • <i>interest</i> (minat) • <i>opinion</i> (pendapat) 	Nugroho J. Setiadi. 2003. <i>Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran</i>
<i>Brand Image</i> (X ₂)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Strengthness</i> (kekuatan) • <i>uniqueness</i> (keunikan) • <i>favourable</i> (keunggulan) 	Kotler dan Armstrong. 2005. <i>Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2</i>
Keputusan Pembelian (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan masalah • pencarian informasi • evaluasi alternatif • keputusan pembelian • perilaku purnabeli 	Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2016. <i>Manajemen Pemasaran.</i>

E. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Pengujian validitas

Menurut Supardi, validitas merupakan tingkat dimana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur dan data penelitian tidak berguna apabila instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi.⁸⁶ Penelitian kuantitatif ini harus menghasilkan data yang valid. Uji validitas dilakukan dengan membuat korelasi skor item dengan skor total.

Korelasi *Rank Spearman* digunakan jika data yang diperoleh adalah data ordinal, sedangkan korelasi *Product Moment* bisa digunakan jika data yang diperoleh adalah data interval.⁸⁷ Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid dan nilai positif, namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid dan nilai negatif.

b. Pengujian reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila

⁸⁶ *Ibid.*, hlm. 155

⁸⁷ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), hal. 152

pengukuran diulangi dua kali atau lebih.⁸⁸ Reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya dan diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.⁸⁹ Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Reliabilitas dapat dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60.

2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan bentuk pengujian tentang kenormalan distribusi data. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah data yang diambil merupakan data yang terdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini, data akan diuji dengan statistik *Kolmogorov-Sminov*. Dimana probabilitas >5% maka variabel-variabel tersebut berdistribusi normal begitupun sebaliknya.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan salah satu bentuk penyimpangan asumsi klasik yang berupa hubungan korelasi bebrapa/semua variabel independennya. Seharusnya variabel

⁸⁸ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis,*, hlm. 159

⁸⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. prestasi Pustakaraya, 2009), hlm. 97

bebas tidak ada korelasi antar variabel bebas yang satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual dari satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini digunakan untuk meramalkan suatu keadaan atas naik turunnya variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai *factor predictor* yang dimanipulasi.⁹⁰ Dimana model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:⁹¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

⁹⁰ Singgih Santoso, *Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: Elekmedia Komputindo, 2002), hlm. 168

⁹¹ Imam Ghazali, *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*, hlm. 149

X_1 = *Lifestyle* (Gaya Hidup)

X_2 = *Brand Image* (Citra Merek)

e = *Error term* (variabel pengganggu) atau residual

4. Uji Hipotesis

Uji ini dilakukan untuk mengetahui dugaan sementara apakah terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Pengujian ini menggunakan uji signifikansi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), baik secara parsial yaitu dengan menggunakan uji-t maupun simultan menggunakan uji-F.

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model ini menjelaskan variabel dependen yang dihitung. Nilai R^2 yang kecil/ mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas atau kecil. Nilai R^2 yang besar mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.