BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan keguanaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini berdasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga masuk akal oleh penalaran manusia. Empriris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis berarti proses yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel

data, sumber data maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data).[50]

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.[51] Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dari variabel bebas (X_1) Harga, (X_2) Produk, (X_3) Tempat terhadap variabel terikat (Y) Keputusan Konsumen.

B. Populasi, Sampel, Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.[52] Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Indofashion Aziziah Bandung. Jumlah konsumen/populasi rata-rata dari konsumen per bulannya sebanyak 130 konsumen.

---

[50] Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis, Pendekatan Filosofi dan Praktis,* (Jakarta:PT Indeks.2009), hal.3

[51] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis,* (Bandung:Alfabeta, 1999), hal. 11

[52] M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya,* (Jakarta: Kencana, 2005). Hal. 99

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bias mewakili populasi. Objek yang akan diteliti dalam sampel disebut unit sampel. Bila populasi itu 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 itu. Sampel penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Indofashion Aziziah di Tulungagung untuk dijadikan sebagai responden untuk mengisi angket (kuesioner). Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat dari Slovin, yang menyatakan rumus dari sampel adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/margin of error max[53]

[53] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Contoh-Contoh Aplikasi : Proposal Penelitian dan Lapangannya)*, (Depok : Rajawali Press, 2008) , h. 180.

Dalam penelitian ini, rata-rata jumlah konsumen/populasi rata-rata dari konsumen perbulan sebanyak 130 konsumen. Sehingga, jika diaplikasikan dalam rumus akan mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{130}{1+130.0,01}$$

n = 56, 521 konsumen atau 57 konsumen.

Untuk mengetahui tingkat kevaliditasan suatu sampel, maka digunakanlah Margin of error max sebesar 10%. Jadi, sampel pada penelitian ini berjumlah 57 konsumen muslim. Untuk mendapatkan jumlah sampel 57 konsumen muslim tersebut.

3. Sampling Penelitian

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Pada dasarnya teknik sampling dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* meliputi *simple random, proportionate stratified random, disproportionate stratified random,* dan *area random*. Sedangkan *nonprobability sampling* meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling accidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, dan *snowball sampling.*

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling. Accidental sampling adalah teknik

penentuan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[54]

C. Sumber Data dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Data juga merupakan kumpulan fakta, angka, atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik suatu kesimpulan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer. Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuosioner kepada konsumen Toko Indofashion Aziziah di Tulungagung.

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendek interval yang ada yang digunakan dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif. Skala yang digunakan adalah skala litert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok

---

[54] M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika 2 (Statistik Inferensif)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal. 84

orang tentang fenomena sosial.[55] Dalam kuesioner (angket) ini, skor diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sebagai berikut :

Sangat Setuju	(SS)	= 5
Setuju	(S)	= 4
Kurang Setuju	(KS)	= 3
Tidak Setuju	(TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	= 1

Dengan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan.[56]

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Peneleitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Angket (kuesioner)

Angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran,

---

[55] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 3

[56] Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal.67

perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian, dan perilaku responden.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik tertulis, gambar, maupun elektronik. Dokumen-dokumen yang dihimpun dipilih yang sesuai dengan tujuan dan fokus masalah.dalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti mengumpulkan benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen tentang gambaran perusahaan serta catatan-catatan lain yang berisi keterangan-keterangan yang berhubungan tentang penelitian ini.[57]

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterprestasikan informasi yang diperoleh para responden yang dilakukan dengan pola ukur yang sama. Instrumen tersebut harus diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan uji reabilitas yang disebarkan ke responden sampai akhirnya ketika instrumen sudah valid reliabel. Berdasarkan variabel-variabel sebagaimana yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

[57] Laela Naviatul Luthfiah, *Pengaruh pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri*, IAIN Tulungagung

Tabel.3.1
Instrument Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Harga	a. Keterjangkauan harga b. Daya saing harga c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk d. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert
Kualitas Produk	a. Kinerja b. Daya tahan c. Fitur d. Reabilitas e. Estetika f. Kesan kualitas	Likert
Tempat	a. Akses (mudah dijangkau) b. Visibilitas c. Fasilitas parkir d. Ekspansi e. Lingkungan f. Kompetisi (Lokasi Pesaing)	Likert
Keputusan Konsumen	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan membeli e. Perilaku sesudah pembelian	Likert

E. Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini ada beberapa analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh harg, kualitas produk, dan tempat halal terhadap keputusan berbelanja busana muslim pada toko Indofashion Aziziah Tulungagung. Diantaranya yaitu menggunakan analisis:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk kuesioner tersebut. Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas yaitu dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.[58]

---

[58] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009), hal. 95

2. Uji Pra Regresi (Uji Asumsi Klasik)

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji Kolmogorov-Smirnov.[59]

Dalam penelitian uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusannya digunakan pedoman jika nilai Sig. < 0,1 maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig. > 0,1 maka data berdistribusi normal.

b) Uji Multikolineritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat.[60]

Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji

---

[59] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Perss, 2013), hal 181

[60] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk* .....,hal 177

parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

c) Uji Heterroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residul dari satu pengamatan kepengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedestisitas[61] 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedestisitas. 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah O pada Y, maka tidak terjadi heteroskedestisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengukur kekuatan dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent.

Regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+b_4X_4\ldots+E$$

[61] *Ibid…*, hal. 179

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Konsumen)

a, b1 b2 = Bilangan Konstanta

X_1 = variabel bebas 1 (Harga)

X_2 = Variabel bebas 2 (Kualitas Produk)

X_4 = Variabel bebas 3 (Tempat)

E = error term (variabel pengganggu) atau residual

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara bahan baku dan tenaga kerja (variabel independent) dengan faktor terikat hasil produksi (variabel dependen)**.**

4. Uji Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *godness of fit*-nya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi (R2), nilai statistik F dan nilai statistik t.

Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana Ho ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana Ho diterima.[62]

[62] Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang : Badan penerbit Universitas diponegoro, 2005), hlm. 105

a. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*).

Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,01, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variable *independen* secara signifikan terhadap variabel *dependen*. Dimana jika Fhitung < Ftabel, maka Ho diterima atau variabel *independen* secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *dependen* (tidak signifikan) dengan kata lain perubahan yang terjadi pada variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen, dimana tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 10 %. Untuk mengetahui apakah semua variabel penjelas yang digunakan dalam model regresi secara serentak atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel yang dijelaskan, digunakan uji statistik F, hipotesis yang digunakan adalah : $H0:\beta1=\beta2=0$

Semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama sama. Pada tingkat signifikansi 5 persen dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

1. H0 diterima dan H1 ditolak apabila Fhitung < F tabel, atau jika probabilitas Fhitung > tingkat signifikansi 0,01 maka H0ditolak, artinya variabel penjelas secara serentak atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.
2. Fhitung < tingkat signifikansi 0,01 maka H0 ditolak, artinya variabel penjelas secara serentak atau bersama-sama mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.

5. Uji Statistik Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel *independen* (harga, kualitas produk, dan tempat) terhadap variabel *dependen* (keputusan konsumen). Apabila analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, maka yang digunakan adalah *R square*. Namun apabila analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*.