

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis dan sifat penelitian merupakan penelitian kuantitatif, sehingga pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena dasar merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.¹ Jenis dari penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan terstruktur (angket) yang di susun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.²

¹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*. (Yogyakarta : Teras, 2009), hal. 99.

² Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 184

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Kerlinger (1973) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang dipelajari. Dibagian lain, Kerlinger menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda. Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi. Selanjutnya, Kidder (1981) menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Macam-macam variabel sebagai berikut³ :

1. Variabel Independent

Variabel independen adalah variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independent merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi atau dipilih peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi. Untuk penelitian ini variabel independennya yakni faktor Produk, Harga, Promosi, dan Tempat yang sebagai X.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dipengaruhi oleh variabel independen atau bebas. Dimana variabel ini adalah variabel yang variabilitasnya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel independen. Untuk penelitian ini variabel dependennya yakni minat beli atau Y.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitas dan Kombinasi (Mixed Metodes)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 64

C. Populasi, Sampel, Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Adapun obyek dalam penelitian ini adalah konsumen dari Toko EL-Sagaff Moslem Shop. Berdasarkan data yang diperoleh, populasi yang di dapat pada tahun 2018 sebanyak 932.

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, misal karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁵

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.⁶ Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *sampling incidental*. *Sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Dalam penelitian ini saya mengambil sampel dari populasi konsumen yang membeli produk di Toko El-Sagaff Moslem Shop yang

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitas dan Kombinasi (Mixed Metodes)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 297

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitas dan Kombinasi (Mixed Metodes)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 120

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung : ALFABETA, 2016), hal. 81.

mana populasi konsumennya sebanyak 932 orang. Rumus yang digunakan untuk menentukan besar jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu⁷:

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahn (10% atau 0,1).

Dalam penelitian ini, jumlah sampel di Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung dari rumus Slovin sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{932}{1 + 932(0,1)^2} \\ &= \frac{932}{1 + 932(0,01)} \\ &= \frac{932}{10.32} \\ &= 90,48 \end{aligned}$$

Dalam peneltian ini, presentase yang digunakan sebesar 10% sebagai batas kesalahan pengamatan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah perhitungan dari jumlah populasi 932 konsumen maka

⁷ Asep Saepul Hamdi dan E. Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama 2014, cet. 1), hal. 46

sampel dalam penelitian ini berjumlah (n) 90,84 namun karena subjeknya bukan bilangan pecahan maka dibulatkan menjadi 90 responden.

D. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, adapun penjelasannya adalah sebagai berikut⁸:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan terstruktur). Dalam penelitian ini data diperoleh secara langsung dengan memberikan kuesioner kepada pembeli busana muslim pada Toko El-Sagaff Moslem Shop.

b. Data sekunder

Dimana yang dimaksud data sekunder ialah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media atau internet.⁹

E. Skala Pengukuran

Skala likert disebut juga *summated rating scale*. Skala ini banyak digunakan karena skala ini memperbanyak peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan

⁸ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) hal.39

⁹ Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian Dan Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 2

terhadap suatu pertanyaan pertanyaan diberikan berjenjang mulai dari tingkat terendah sampek tertinggi¹⁰. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu :

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

F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan:

- 1) Metode observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat kegiatan yang dilakukan.¹¹ Metode observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data penelitian di lapangan tentang Pengaruh Produk , Harga, Promosi dan Tempat terhadap minat beli konsumen busana muslim pada Toko El-Sagaff Moslem Shop.
- 2) Kuesioner (Angket), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.¹²

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*....., hal.64

¹¹ Ridwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*, (Bandung : Alfabeta, 2005), hal. 76.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitas dan Kombinasi (Mixed Metodes)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 192

2. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi, instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.¹³

Tabel 3.1

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1.	Produk (Sofjan Assauri, 2015)	Kualitas	Produk yang dijual di Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung memiliki kualitas yang baik.
		Kelengkapan	Produk yang dijual di Toko El-Sagaff Moslem Shop memiliki kelengkapan barang, seperti jilbab, inner jilbab, accecoris jilbab, sarung, songkok dll.
		Model	Terdapat banyak variasi model busana muslim yang ditawarkan.
			Model produk yang ditawarkan sesuai dengan <i>trend</i> saat ini.
		Variasi Merk	Produk yang dijual di toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung memiliki banyak macam merk yang bisa diterima di masyarakat.
2.	Harga (Wahyuni Pudjiastuti, 2015)	Daftar Harga	Harga pada toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung sudah dicantumkan di produk, sehingga konsumen bisa tau dengan jelas harga pastinya.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitas dan Kombinasi (Mixed Metodes)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 148

		Harga Terjangkau	Harga di Toko El-Sagaff Moslem Shop relatif standar sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat.
		Harga Bersaing	Harga di Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung lebih murah dibandingkan dengan toko lainnya.
		Mutu Produk	Harga yang dijual di Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung sesuai dengan kualitas produk.
			Harga yang dijual di Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung bervariasi.
3.	Promosi (Eddy Soeryanto, 2010)	Pengiklanan	Penempatan papan nama (baliho) toko El-Sagaff Moslem Shop mudah dilihat oleh konsumen.
		Promosi Penjualan	Toko El-Sagaff Moslem Shop memberikan diskon pada beberapa item.
			Toko El-Sagaff Moslem Shop menjadi sponsor pada beberapa item.
		Penjualan Langsung	Karyawan Toko El-Sagaff Moslem Shop memberi dorongan untuk membeli produk di toko El-sagaff.
		Publisitas	Toko El-sagaff Moslem Shop memberikan suatu informasi mengenai toko lewat media elektronik ataupun media masa.
4.	Tempat (Wahyuni Pudjiastuti, 2015)	Dekat dengan masyarakat	Toko El-Sagaff Moslem Shop dekat dengan masyarakat dan mudah dijangkau.
		Lingkungan	Lokasi Toko El-Sagaff Moslem Shop dapat dilihat dengan jelas dari tepi

			jalan.
		Lalu lintas	Toko El-Sagaff Moslem Shop mudah dijangkau oleh transportasi umum.
		Dekat dengan tempat umum	Toko El-Sagaff Moslem Shop dekat dengan tempat umum dan keramaian.
		Tempat luas	Toko El-Sagaff Moslem Shop memiliki tempat parkir yang luas.
5.	Minat Beli (Augusty Ferdinan 2006)	Minat Transaksional	Konsumen sudah memiliki minat untuk benar-benar membeli produk.
		Minat Referensial	Konsumen telah mereferensikan produk terhadap konsumen yang lain untuk mempengaruhi membeli produk.
			Saya akan menjadikan produk di Toko El-Sagaff Moslem Shop sebagai prioritas pilihan pertama dalam daftar pembelian busana muslim dibandingkan di Toko busana muslim yang lain.
		Minat Preferensial	Konsumen sudah memiliki referensi produk yang diinginkan.
		Minat Eksploratif	Konsumen sedang mencari informasi lebih lanjut mengenai produk yang diinginkan.

G. Teknik Analisis Data

Adapun tahap-tahap analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁴

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau *handal* jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁵

Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Croanbach Alpha. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Nilai Croanbach Alpha 0,00 s.d 0,20, berarti kurang *reliable*.

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 78.

¹⁵ *Ibid*, hal.85

- b. Nilai Croanbach Alpha 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable.
- c. Nilai Croanbach Alpha 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable.
- d. Nilai Croanbach Alpha 0,61 s.d 0,80, berarti reliable.
- e. Nilai Croanbach Alpha 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable.

3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Dengan pedoman jika Nilai sig. atau signifikansi $< 0,05$ (kurang dari 0,05) maka dapat dikatakan distribusi data tidak normal dan apabila Nilai sig. atau signifikansi $> 0,05$ (lebih dari 0,05) maka distribusi data adalah normal. Pada penelitian ini dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang dipadukan dengan kurva Normal P-P Plots.¹⁶

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Untuk mendeteksi

¹⁶ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS untuk Kasus*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011, Cet. 1), hal. 127

adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai variance inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.¹⁷

b. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data cross section dari pada time series.

Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data time series bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut.

Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Analisis Regresi Berganda Regresi Berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang

¹⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal. 160

melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.¹⁸ Jadi, analisis ini digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruhnya variabel X yaitu Produk, Harga, Promosi, dan Tempat terhadap variabel Y yaitu minat beli. Dianalisis dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

a = bilangan konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien variabel

X1 = produk

X2 = harga

X3 = promosi

X4 = tempat

e = error of term

6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut.¹⁹ Untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (sendiri)

¹⁸ *Ibid*, hal.56

¹⁹ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika 2 (Statistika Inferensial)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), hal. 140.

berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) maka diukur menggunakan uji t parsial. Sedangkan, jika yang ingin diketahui adalah pengaruh variabel bebas (X) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (Y) maka hal ini disebut dengan uji F.

a. Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel produk (X1), harga (X2), Promosi (X3), dan Tempat (X4) terhadap minat beli (Y), signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

H0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel} = >$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara produk, harga, promosi dan tempat terhadap minat beli konsumen.

H0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} < - t \text{ tabel} = >$ ada pengaruh yang signifikan antara produk, harga, promosi dan tempat terhadap minat beli konsumen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Distribusi Fisher berasal dari variabel acak kontinu yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal.²⁰ Digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh produk, harga, promosi dan tempat berpengaruh secara simultan terhadap variabel

²⁰ Budi Susetyo, *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), hal. 104.

terikatnya yaitu minat beli konsumen busana muslim di Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung. Dengan keterangan :

- 1) Apabila F hitung lebih kecil dari F tabel maka H_0 diterima, artinya variabel produk, harga, promosi dan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen busana muslim di Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung.
- 2) Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel produk , harga, promosi, dan tempat berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen busana muslim di Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung.

7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (produk, harga, promosi, dan tempat) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen).²¹

Rumus: $R^2 = r^2 \times 100\%$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

²¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*, (Jakarta : Kencana, Prenada Media Group, 2013), hal. 252