

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Metode menunjuk pada proses, prinsip, serta prosedur yang digunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban atas masalah tersebut. Penelitian adalah mengemukakan atau mencari, adapun yang ditemukan atau dicari dalam hal ini adalah jawaban atau keberadaan di pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam pikiran manusia atas suatu masalah yang muncul dan perlu untuk dipecahkan.

Jenis dan Sumber Data Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>40</sup> Sedangkan penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian.

#### **B. Populasi, Sampling, dan sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu population yang berarti jumlah penduduk. Dalam buku Sofian Siregar dalam

---

<sup>40</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 225

Muhammad, Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya”. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merujuk kepada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.<sup>41</sup> Pada penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen UD. Adam Tani. Rata-rata pengunjung toko ada 60 pembeli/hari.

## 2. Sampling

Teknik sampling merupakan teknik dalam pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dibagi menjadi dua, yaitu: *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *Simple Random Sampling*, *Prportionate Stratified Random, Sampling Disproportionate Random Sampling* dan *Cluster Sampling* (Sampling Daerah). *Nonprobability Sampling*

---

<sup>41</sup> Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 161

merupakan teknik sampling yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampling ini meliputi: *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling aksidental*, *purposive sampling jenuh* dan *snowball sampling*. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan *sampling jenuh*. Sampling jenuh adalah tehnik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sring dilakukan bila jumlah papulasi relatif kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensu, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

### 3. Sampel

Sampel adalah sebagaian atau wakil populasi yang akan diteliti oleh penulis. Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.<sup>42</sup> Menurut Huda, selaku pimpinan UD. Adam Tani memberikan informasi bahwa jumlah konsumen rata-rata per hari adalah sejumlah 60 orang pembeli. Berdasarkan informasi yang didapat maka sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah

---

<sup>42</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 162

populasi relatif kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.<sup>43</sup>

### C. Sumber Data, Variabel, Dan Skala pengukuran

#### 1. Sumber data

Data merupakan segala informasi yang dapat diolah untuk kepentingan penelitian dan dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Ada dua jenis sumber data yang dapat digunakan dalam penelitian, yaitu:

##### a. Sumber Data Primer (*Primary Data*)

Data Primer merupakan informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi.<sup>44</sup> Data primer yaitu data yang bersifat mentah ataupun yang didapatkan dari sumber pertama. Data ini berupa data yang belum diolah, seperti halnya wawancara hasil survey yang menggunakan kuisisioner. Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, yang diperoleh dari konsumen yang membeli produk di UD. Adam Tani.

##### b. Sumber Data Sekunder (*Secondary Data*)

---

<sup>43</sup> Sugiyono,.....h. 85

<sup>44</sup> Ananta Wikrama T., dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 67

Data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan dari sumber data yang telah ada.<sup>45</sup> Data yang digunakan dalam penelitian ini dapat diperoleh dari buku-buku dan contoh penelitian sebelumnya.

## 2. Variabel

Variabel merupakan data yang bisa berubah-ubah atau bervariasi. Secara singkat, variabel didefinisikan sebagai konsep yang memiliki variasi atau memiliki lebih dari satu nilai. Variabel mempunyai bermacam-macam bentuk menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya, yaitu<sup>46</sup>:

- a. Variabel independen: variabel yang menjadi sebab terjadinya atau pengaruhnya variabel dependen.
- b. Variabel dependen: variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen.
- c. Variabel moderator: variabel yang memperkuat dan memperlemah hubungan antara variabel dependen dan independen.
- d. Variabel intervening: seperti variabel moderator, tetapi nilainya tidak dapat diukur, seperti kecewa, gembira, sakit hati.
- e. Variabel kontrol: variabel yang dikendalikan oleh peneliti.

---

<sup>45</sup> Ananta Wikrama T., dkk,.....h. 68

<sup>46</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 55

- f. Variabel dummy (boneka): variabel yang isinya berupa kode-kode yang berfungsi untuk membedakan data yang berada pada variabel-variabel tertentu lainnya pada kelompok-kelompoknya

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan dikelompokkan menjadi dua yaitu variabel *independen* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat). Variabel bebas adalah suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Variabel dalam penelitian ini meliputi:

- a) Variabel *independen* (bebas), yaitu produk (X1), harga (X2), promosi (X3), tempat (X4), kualitas pelayanan (X5)
- b) Variabel *dependen* (terikat) yaitu keputusan pembelian.

### 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk memenuhi panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert. 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. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi yang sangat positif sampai sangat

negatif.<sup>47</sup> Berikut ini skala likert yang digunakan oleh penelitian dari 1-5:

**Tabel 3.1**

**Pedoman Nilai Jawaban Kuesioner**

No	Simbol	Keterangan	Nilai
1	SS	Sangat setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Alfabeta 2012.*

**D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

1. Teknik Pengumpulan Data

Berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode, yaitu:

a. Wawancara

merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pimpinan dari UD. Adam Tani.

b. kuesioner

Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka

<sup>47</sup> Husein Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 41-42

akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, penelitian dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.<sup>48</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup. Sehingga pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan.

## 2. instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah segala peralatan yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi dari para responden yang dilakukan dengan pola pengukuran yang sama. Adapun alat bantu dalam penelitian ini yaitu pedoman angket/kusioner berupa daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden yang ditentukan oleh peneliti.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Muhammad,.....h. 151

<sup>49</sup> Arikuntoro, *prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Prakti*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 168



**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>indikator</b>	<b>Pertanyaan</b>
1	Produk (X1)  Rambat Lupiyoadi, (2013)	1. variasi produk	Memiliki berbagai macam produk untuk dapat di jadikan pertimbangan pembelian
			Produk terdiri dari berbagai varian harga
		2. kualitas produk	Produk memiliki kualitas bahan yang bagus
			Produk yang dijual meyakinkan, dari segi
		3. tampilan produk	Produk dalam keadaan yang rapi, tersegel dan menarik
		2	Harga (X2)  Philip Kotler (2009)
Harga di UD. Adam Tani lebih ekonomis dibanding dengan yang lain			
2. diskon	Sering memberikan diskon kepada pembeli dan saat ada beberapa even tertentu		
3. pembayaran	UD. Adam Tani melayani pembayaran berjangka atau hutang, ini memudahkan pembeli.		
	Sistem pembayaran cepat dan mudah		
3	Tempat/ distribusi(X3)  Winardi (2003)	1. jangkauan lokasi	Memiliki akses yang mudah serta lahan parkir yang memadai
			Lokasi usaha mudah dijangkau masyarakat
		2.ketersediaan barang	UD. Adam Tani memiliki barang yang lengkap
			UD. Adam Tani memiliki stok yang menjanjikan jarang sekali

			terjadi kekosongan
		3.waktu penantian	Produk selalu ada dan cepat untuk mendapatkannya
4	Promosi (X4)  Winardi (2003)	1. periklanan atau publisitas	Iklan UD. Adam Tani dapat ditemukan di berbagai media dan produknya menarik konsumen
		2. personal selling	Penjelasan yang diberikan oleh karyawan menjadikan saya berminat membeli
			Saya mendapat rekomendasi untuk membeli dari tetangga
		3. promosi penjualan	Sering memberikan harga khusus untuk pembeli
Layanan diskon pada pelanggan menjadi kelebihan			
5	Kualitas Pelayanan (X5)	1. daya tanggap dan keandalan	Puas dengan kecepatan dan cara komunikasi karyawan
			Pelayanan yang diberikan meyakinkan
	Tjiptono dan Chandra (2012)	2. perhatian	Karyawan perhatian dan peduli terhadap konsumen
			Karyawan memberikan pelayanan yang maksimal
	3. jaminan	Karyawan bersikap sopan dan puas terhadap jaminan yang diberikan	
6	Keputusan pembelian (Y)	1. kemantapan untuk membeli	Membeli produk karena kualitas yang diberikan bagus
			Membeli produk karena pelayanan yang masimal
	Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2009)	2. evaluasi alternatif	Melakukan pembelian setelah mendapatkan informasi yang tepat dan memutuskan untuk membeli produk
		3. perilaku konsumen pasca	Puas terhadap pelayanan dan merekomendasikan kepada orang lain

		pembelian	Puas terhadap kualitas dan akan melakukan pembelian ulang
--	--	-----------	---

## E. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan kemampuan dari indikator-indikator untuk mengukur tingkat keakuratan dan keabsahan suatu instrumen. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan teknik kolerasi Bivariate Pearson. Jika nilai koefisiennya positif dan lebih besar daripada r tabel product moment, maka item tersebut dinyatakan valid. Nilai r tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan 0,05 dan 2 sisi.

### 2. Uji Reabilitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran, untuk mencapai hal tersebut, Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai

Cronbach Alpha  $> 0,60$ , dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 sampai 1. Interpretasi dari nilai cronbach's alpha untuk mengetahui reliabel yaitu sebagai berikut:

- 1) Nilai Alpha Cronbach 0,00 – 0,20 = kurang reliable
- 2) Nilai Alpha Cronbach 0,21 – 0,40 = agak reliable
- 3) Nilai Alpha Cronbach 0,41 – 0,60 = cukup reliable
- 4) Nilai Alpha Cronbach 0,61 – 0,80 = reliable
- 5) Nilai Alpha Cronbach 0,81 – 1,00 = sangat reliabel.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametik.<sup>50</sup> Kriteria pengujian yang diambil berdasarkan nilai probabilitas atau signifikansi adalah jika probabilitas (sig) $>0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan jika probabilitas (sig)  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak

### 4. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah

---

<sup>50</sup> Syofian Siregar, *Statisti Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Malang: Bumi Aksara, 2014), h. 153

multikorelasi (gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji multikorelasi perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu. variabel yang menyebabkan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerancqe yang lebih kecil dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih besar dari pada nilai 10.<sup>51</sup>

#### b. Uji Heterokedasititas

Uji heterokedatisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsinya adalah: 1.) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk (bergelombang, pola melebar tertentu kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. 2.) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titiktitik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokeditisitas.

---

<sup>51</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, ( Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2009), h. 156

## 5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (multiple regression). Dalam analisis regresi berganda ini mempunyai variabel bebas lebih dari satu. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (produk, harga, lokasi, dan promosi) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen muslim. Perumusan model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y = nilai Prediksi Variabel Terikat

A = Konstanta, yaitu nilai Y jika  $X_1$  dan  $X_2 = 0$   $b_1, b_2$  = koefisien regresi

$X_1$  = variabel bebas pertama

$X_2$  = variabel bebas kedua

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier

berganda.<sup>52</sup> Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing uji t dapat dilihat pada tabel kriteria:

- 1) coefficients masing variabel. Hasil pada kolom sig. dengan Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
- 2) Jika probabilitas  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antaras variabel bebas ter secara parsial.

#### **b. Uji F**

Uji F digunakan untuk menguji salah satu hipotesis didalam penelitian yang menggunakan analisis regresi berganda. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil uji F dilihat dalam table ANOVA dalam kolom sig. dengan kriteria:

- 1) Jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama bebas terhadap variabel terkait.sama antara variabel bebas terhadap variabel terkait.

---

<sup>52</sup> *Ibid*, hlm .169

- 2) Jika nilai probabilitas  $>0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama variabel terkait.

### **7. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)**

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah nilai R Square. Namun apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah Adjusted R square.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Agus Widarjanto, *Analisis Statistik Terapan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010), h 19