

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini dimaksudkan sebagai strategi untuk memperoleh data yang tepat sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan cara penelitian lapangan (*field research*) yaitu mengumpulkan data yang bersifat kuantitatif. Data yang bersifat kuantitatif adalah data yang berbentuk angket dan perhitungan serta dituangkan dalam bentuk tabel.⁷⁹ Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.⁸⁰

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian survei di mana dalam pengambilan datanya menggunakan kuesioner/angket yang disebar kepada sampel terpilih. Penggalan data pada penelitian survei dapat dilakukan dengan teknik observasi, data dokumen, wawancara, ataupun melalui kuesioner. Data yang diperoleh berupa jawaban dari kuesioner oleh responden terhadap pernyataan dan butir-butir yang diajukan.

⁷⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rieneke Cipta, 2006), hal. 113.

⁸⁰ Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), hal. 47.

Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan metode-metode matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, di mana dalam penelitian ini akan membahas pengaruh Keputusan Pelayanan Islami (X1), Desain Produk (X2), Kualitas Produk (X3), dan Harga (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok unsur elemen yang menjadi objek penelitian.⁸¹ Populasi sebagai kumpulan individu yang memiliki satu atau lebih sifat-sifat yang sama dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan serta menjadi pusat perhatian peneliti. Dalam sebuah penelitian, populasi adalah keseluruhan dari subjek atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian. Subjek penelitian dalam hal ini adalah lokasi atau tempat data variabel yang digunakan.⁸² Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi UD. Bintang Lestari Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung sebagai tempat penelitian. Alasan memilih lokasi tersebut karena UD. Bintang Lestari merupakan perusahaan yang berdiri cukup lama dan masih bertahan dari tahun 2007

⁸¹ Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hal. 134.

⁸² Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hal. 11.

hingga saat ini, menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti keunggulan dari perusahaan tersebut dalam mempertahankan perusahaan terutama dalam bidang manajemen pemasaran. Selain itu, jarak antara lokasi penelitian dengan tempat tinggal peneliti cukup dekat sehingga dapat memberikan efisiensi waktu dalam pencarian informasi maupun pelaksanaan kegiatan observasi. Objek yang digunakan sekaligus menjadi anggota populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Bintang Lestari Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Jumlah populasi pada penelitian ini jumlahnya tidak diketahui dengan pasti (populasi *infinite*).

2. Sampling dan Sampel Penelitian

Dalam pengambilan sampel, diperlukan teknik pengambilan sampel agar memperoleh sampel yang benar-benar sesuai dengan populasi yang diambil dalam penelitian. Menurut sugiono, teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.⁸³ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dan sampel ditentukan dengan metode *insidental sampling*. Metode *insidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang

⁸³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 81.

kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸⁴ Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti (populasi *infinite*).

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini adalah menggunakan rumus *Roscoe*. Menurut teori *Roscoe*, jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan 5 variabel, jadi minimal jumlah sampelnya adalah $5 \times 10 = 50$ responden. Kemudian, untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya kesalahan, maka peneliti menentukan sampel berjumlah 55 responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya oleh peneliti sebagai objek penelitian. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.⁸⁵ Data primer dalam penelitian ini yaitu data-data yang di ambil melalui wawancara, observasi maupun kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada konsumen UD. Bintang Lestari Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 81.

⁸⁵ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), hal. 103.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, tetapi melalui perantara.⁸⁶ Data sekunder dalam penelitian ini menggunakan referensi jurnal, buku, *website* maupun sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

2. Variabel

Variabel adalah suatu sifat, nilai, obyek, orang atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atau kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁷ Ketika melaksanakan penelitian seorang peneliti diharuskan memilih suatu titik yang menjadi fokus penelitiannya. Variabel pada penelitian ini terdiri dari:

a. Variabel bebas (independen)

Pada penelitian ini variabel bebas yang dipakai adalah kualitas pelayanan islami (X1), desain produk (X2), kualitas produk (X3), dan harga (X4).

b. Variabel terikat (dependen)

Pada penelitian ini variabel terikat yang dipakai adalah keputusan pembelian (Y).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah patokan yang dipakai untuk titik acuan alat ukur dalam menentukan panjang interval. Penelitian ini

⁸⁶ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial...*, hal. 128.

⁸⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 38.

menggunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.⁸⁸ Skala *likert* ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁸⁹ Hal ini dikarenakan skala *likert* merupakan skala yang paling banyak digunakan pada angket riset berupa survei.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata seperti sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor seperti berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Kurang Setuju (KS)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut:

⁸⁸ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 59.

⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 50.

1. Penelitian pustaka (*library research*), yaitu pengumpulan data yang bersifat teoritis dengan menggunakan buku-buku literatur yang relevan dengan topik dan masalah.
2. Penelitian lapangan (*field research*), pengumpulan data penelitian lapangan dengan cara observasi mengamati langsung objek data penelitian dan mengumpulkan data yang diperlukan, serta menggunakan kuesioner dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait yang relevan dengan topik pengaruh kualitas pelayanan islami, desain produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di UD. Bintang Lestari Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

E. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan *software* SPSS 26 dengan analisis data sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data
 - a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan atau kesahihan suatu instrumen. Alat ukur atau sebuah instrumen yang akan dilakukan penelitian untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima salah satunya harus melalui uji validitas.⁹⁰ Untuk mengukur valid atau tidaknya item dalam kuesioner dapat diukur dengan cara

⁹⁰ Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*, (Surabaya: Health Books Publishing, 2021), hal. 12.

membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Dapat dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Namun, apabila r hitung $<$ r tabel berarti dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi instrumen dapat dipercaya, reliabilitas mengacu pada ketepatan alat ukur. Apabila suatu instrumen dalam mengungkapkan data dapat dipercaya dan sesuai dengan kenyataan dapat dikatakan reliabel. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi item pertanyaan pada kuesioner dalam penggunaannya, dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*.⁹¹ Dasar pengambilan keputusan suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,600 dan jika $<$ 0,600 instrumen dikatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, residual memiliki distribusi normal atau tidak. Persamaan regresi dapat dikatakan baik jika residualnya memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat signifikannya dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Kriteria

⁹¹ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012), hal. 120.

pengambilan keputusan dengan *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut: Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal, Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan di mana terjadi linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor*. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10 .

c. Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heterokedastisitas yaitu untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat tidak samaan varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya.⁹² Lebih baik jika tidak terjadi heterokedastisitas, karena jika terdapat heterokedastisitas menjadikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan menjadi tidak akurat.

⁹² Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal. 122.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan positif atau negatif antara variabel independen Kualitas Pelayanan Islami (X1), Desain Produk (X2), Kualitas Produk (X3), dan Harga (X4) terhadap variabel terikat Minat Beli Konsumen (Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Pada uji t ini berfungsi sebagai tolak ukur seberapa jauh tingkat signifikansi koefisien regresi. Jika dalam analisisnya nilai signifikansi $< 0,05$ itu dikatakan berpengaruh atau diterima antara variabel bebas dengan variabel terkait.

b. Uji F

Uji F ini berfungsi sebagai tolak ukur pengaruh secara bersama-sama(simultan) seluruh variabel independen yang terdapat pada model regresi terhadap variabel terkait atau dependen.

c. Uji Determinan (R^2)

Koefisien determinan berguna untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas atau independen terhadap variabel terkait atau dependen yang terdapat dalam analisis SPSS.

F. Definisi Konsep dan Operasional Variabel

1. Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1) secara konseptual meliputi:
shiddiq (jujur), *amanah* (bertanggung jawab), *tabligh* (komunikatif), dan *fathonah* (cerdas).

X1.1 *Shiddiq* (jujur)

X1.1.1 Mengutamakan kejujuran dalam melayani konsumen

X1.1.2 Memberikan informasi produk yang jelas

X1.2 *Amanah* (bertanggung jawab)

X1.2.1 Bertanggung jawab dalam proses pendistribusian

X1.3 *Tabligh* (komunikatif)

X1.3.1 Memberikan pelayanan yang sopan, santun dan ramah

X1.4 *Fathonah* (cerdas)

X1.4.1 Memahami kebutuhan para konsumen

X1.4.2 Tanggap dalam merespon konsumen

2. Variabel Desain Produk (X2) secara konseptual meliputi: ciri-ciri, mutu kesesuaian, tahan lama (*durability*), tahan uji (*reliability*), kemudahan perbaikan (*repairability*), dan model (*style*).

X2.1 Ciri-ciri

X2.1.1 Memiliki ciri-ciri/karakteristik desain sendiri

X2.2 Mutu kesesuaian

X2.2.1 Sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan

X2.3 Tahan lama (*durability*)

X2.3.1 Desain produk tahan lama dan dapat diterima semua kalangan

X2.4 Tahan uji (*reliability*)

X2.4.1 Produk tidak mudah rusak

X2.5 Kemudahan perbaikan

X2.5.1 Produk mudah untuk diperbaiki

X2.6 Model (*style*)

X2.6.1 Memiliki model yang menarik atau sesuai selera konsumen

3. Variabel Kualitas Produk (X3) secara konseptual meliputi: kinerja (*performance*), keistimewaan (*features*), keandalan (*reability*), konformasi (*conformance*), daya tahan (*durability*), kemampuan pelayanan (*serviceability*), estetika (*aesthetic*), kualitas yang dirasakan (*perceived quality*)

X3.1 Kinerja (*performance*)

X3.1.1 Memiliki kualitas produk yang memuaskan

X3.2 Keistimewaan (*features*)

X3.2.1 Kualitas produk yang sangat konsisten

X3.3 Keandalan (*reability*)

X3.3.1 Kualitas produk dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis

X3.4 Konformasi (*conformance*)

X3.4.1 Kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen

X3.5 Daya tahan (*durability*)

X3.5.1 Memiliki daya tahan produk yang baik

X3.6 Kemampuan pelayanan (*serviceability*)

X3.6.1 Memiliki kompetensi, kenyamanan dan kemudahan perbaikan

X3.7 Estetika (*aesthetic*)

X3.7.1 Menarik minat konsumen

X3.8 Kualitas yang dirasakan (*serviceability*)

X3.8.1 Sesuai dengan harga, merek maupun reputasi perusahaan

4. Variabel Harga (X4) secara konseptual meliputi: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian harga dengan kualitas, dan daya saing harga.

X4.1 Keterjangkauan harga

X4.1.1 Harga yang ditawarkan sesuai daya beli masyarakat

X4.1.2 Harga terjangkau dari produk sejenis di tempat lain

X4.2 Kesesuaian harga dengan manfaat

X4.2.1 Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan

X4.3 Kesesuaian harga dengan kualitas

X4.3.1 Harga sesuai dengan kualitas yang diharapkan

X4.4 Daya saing harga

X4.4.1 Harga yang dapat bersaing dipasaran

X4.4.2 Harga produk yang bervariasi

5. Variabel Keputusan Pembelian (Y) secara konseptual meliputi: tujuan dalam membeli sebuah produk, pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek, kemantapan pada sebuah produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang.

X5.1 Tujuan dalam membeli sebuah produk

X5.1.1 Sesuai dengan produk yang diinginkan maupun dibutuhkan

X5.2 Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemelihan merek

X5.2.1 Kesesuaian produk dengan informasi yang didapatkan

X5.3 Kemantapan pada sebuah produk

X5.3.1 Manfaat dari produk yang sesuai dengan harapan konsumen

X5.4 Memberikan rekomendasi kepada orang lain

X5.4.1 Memberikan rekomendasi kepada orang lain

X5.5 Melakukan pembelian ulang

X5.5.1 Pembelian ulang dimasa mendatang

X5.5.2 Puas terhadap produk dan pelayanannya