BAB III
METODE PENELITIAN

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan-pendekatan deduktif-induktif artinya pendekatan-pendekatan yang berasal dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan beserta pemecahan yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) dalam bentuk dukungan data empiris dilapangan. 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.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.[36] Teknik penarikan menggunakan metode survei yaitu penelitian yang dilakukan pada penelitian besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah

[36] Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Yogyakarta:Teras, 2011), hal, 63-65.

data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (atau disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakterisktik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku diri sendiri.[37].

B. POPULASI, TEKNIK SAMPLING DAN SAMPEL PENELITIAN

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek (orang, kejadian, atau sesuatu) yang mempunyai karakteristik tertentu baik yang konkrit (*tangible*) maupun obyek yang abstrak (*untangibel*). Obyek tersebut disebut dengan unit populasi. Banyaknya obyek dari populasi disebut dengan ukuran populasi yang biasanya dilambangkan dengan N. ukuran populasi yang dapat dihitung (countable) berapapun besarnya disebut dengan populasi terhingga. Sedangkan ukuran populasi yang sangat besar, sehingga tidak bisa lagi untuk dihitung (uncountable), maka populasi ini disebut dengan populasi tak hingga.[38] Populasi adalah keseluruhan unit elementer yangparameternya akan diduga melalui statistika hasil anlaisis yang dilakukan terhadap sampel penelitian. Populasi yang diambil adalah populasi tak terbatas yaitu jumlahnya sulit dihitung.[39] Berdasarkan definisi diatas, maka yang menjadi

---

[37] Sugiyono, *Metode penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal, 81

[38] Purpowarsito, *Metode Penelitian Organisasi Dengan Aplikasi Program SPSS*, (bandung: HUMANIORA, 2008), hal, 92-93.

[39] Abdurrahman Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hal, 103.

populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Adzkia Hijab Syar'i yang berada didaerah Tulungagung.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang ada. Sampel merupakan semacam miniature dari populasinya. Dalam pengambilan sampel untuk sebuah penelitian dapat digunakan kuesioner, untuk memperoleh tanggapan yang masuk dalam sampel yang diteliti.

Sampel haruslah sebesar-besarnya. Pendapat ini mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representatif dan hasilnya dapat digenelisir. Namun ukuran sampel yang diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya.

a) Jika penelitiannya bersifat deskriptif, maka sampel minimunya adalah 10% dari populasi
b) Jika penelitianya korelasional, sampel minimunya adalah 30 subjek
c) Apabila penelitian kausal perbandingan, sampelnya sebanyak 30 subjek per group
d) Apabila penelitian eksperimental, sampel minimumnya adalah 15 subjek per group

beberapa panduan untuk menentukan ukuran sampel yaitu :

1) Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian

2) Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat
3) Dalam penelitian mutivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian
4) Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eskperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.[40]

Ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel dengan 5, atau 5x jumlah variabel. Dengan demikian jika jumlah variabel yang diamati berjumlah 20, maka sampel minimalnya adalah 5 x 20 = 100.[41]

"..jika peneliti memiliki beberapa ratus subjek dalam populasi, maka mareka dapat menentukan kurang lebih 25 – 30% dari jumlah tersebut. Jika jumlah anggota subjek dalam populasi hanya meliputi antara 100 – 150 orang, dan dalam pengumpulan datanya peneliti menggunakan angket, maka sebaiknya subjek sejumlah itu diambil seluruhnya. Namun apabila peneliti menggunakan teknik wawancara dan pengamatan, jumlah tersebut dapat dikurangi menurut teknik

---

[40] *Gay*, L.R. dan Diehl, P.L. *1992, Research Methods for Business and. Management, MacMillan Publishing Company*, New York.

[41] Malhotra K. Naresh. 1993. *Marketing Research An Applied Orientation, second edition, Prentice Hall International Inc*, New Jersey.

sampel dan sesuai dengan kemampuan peneliti.[42] Dalam penelitian ini menggunakan sampel teori Arikunto, yaitu 30% dari jumlah populasi.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara pengelompokan teknik sampling dibagi menjadi dua, yaitu: *Probability Sampling*, dan *Nonprobability Sampling.*[43]

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menajadi anggota sampel. Teknik ini meliputi: *Simple Random Sampling, Proportionation Random Sampling, Disproportionation Stratified Random,* dan *Area Sampling.*[44]

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi: *Sampling Sistematis, Kuota, Insidental, Purposive, Jenuh, Snowball.*[45] Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan *probibality sampling* dengan kategori *simple random sampling*. Pengambilan sampel populasi dilakukan secara acak untuk konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

---

[42] Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*. (Jakarta : Rineka Cipta, 2005).
[43] *Ibid* ., Sugiyono, *Metode Penelitian*....., hal. 121.
[44] *Ibid.* hal. 122.
[45] *Ibid.* hal. 125.

C. SUMBER DATA, VARIABEL, DAN SKALA PENGUKURANNYA

1. Sumber data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder.

a) Data primer

Data primer merupakan data yang dilakukan dilapangan, dengan kata lain data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama, tidak tersedia dalam bentuk kompilagi atau dalam bentuk file-file, data harus dicari melalui narasumber atau responden.[46] Tehnik yang digunakan adalah dnegan menggunakan metode kuesioner yang merupakan tehnik pengumpulan data dnegan cara memperoleh data dari responden dengan mengutarakan atau mengajukan beberapa pertanyaan tertulis kepada masyarakat. Data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebar kuesioner kepada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Secara toeritis variabel akan didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain

[46] Jonathan Sarwono, (2006), hal, 8.

atau satu obyek yang lain. Variabel juga merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.[47]

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

a) Variabel bebas (*independent*)

Variabel bebas (*independent variabel*) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan yang positif atau negative. Jika ada variabel bebas, maka ada pula variabel terikat, dengan kenaikan setiap unit variabel bebas, terdapat pula kenaikan dalam variabel terikat, begitupun sebaliknya. Dnegan kata lain bahwa varians variabel terikat ditentukan oleh variabel bebas.[48] Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah sosial (X1), busaya (X2), pribadi (X3) dan psikologis (X4).

b) Variable terikat (*dependent*)

Variabel terikat (*dependent variabel*) menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran dalam penelitian. Melalui analisis (menjelaskan variabilitasnya, memprediksinya atau yang lainnya) akan menemukan sosuli atas pemecahan masalah yang diangkat. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan konsumen dalam membeli.

---

[47] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hal, 31.

[48] Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal, 37.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran penelitian 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 dua kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.[49]

Dalam mengetahui pendapat responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah diajukan. Maka digunakanlah kuesioner sebagai alas pengumpulan sata merupakan sejumlah pertanyaan tertuli yang berguna untuk memperoleh informasi dari respoden. Dalam hal ini maka digunakan pendekatan skala likert. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:[50]

---

[49] Ibid.,Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, …..., hal, 84.

[50] Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplilasi SPSS Versi 17, (*Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 138.

Tabel 3.1
Skala Likert

Bobot	Kategori
5	Sangat setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak setuju
1	Sangat tidak setuju

Sumber: Husein Umar (2002)

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN PENELITIAN

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada dasarnya merupakan suatu kegiatan operasional agar tindakannya masuk pada pengertian penelitian yang sebenarnya. Pencarian data dilapangan dengan mempergunakan alat pengumpul data yang sudah disediakan secara tertulis ataupun tanpa alat yang merupakan hanya angan-angan tentang sesuatu hal yang akan dicari dilapangan, sudah merupakan proses pengadaan atau data primer.[51] Tahapan dalam pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini mengguanakan tahapan dalam pengumpulan dta dilapangan atau *field research*. *field research* atau pengumpulan data dilapangan yaitu mengumpulkan sejumlah data dan keterangan yang dibutuhkan dengan mengadakan penelitian di lapangan.

[51] P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011),hal, 37.

2. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengumpulkan, mengelola, menganalisis dan meyajikan data-data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis. Berikut adalah instrumen dalam penelitian yang dilakukan peneliti.

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan	No.item
Sosial (Anwar Prabu Negara, 2005)	1. Kelompok acuan	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena orang-orang disekitar saya juga membelinya.	1
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena terpengaruh dari teman-teman.	2
	2. Keluarga	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena terpengaruh dari kearabat.	3
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena sebagian keluarga saya mempercayainya bahwa itu lebih baik.	4
	3. Peran dan status	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena sesuai dengan lingkungan kerja.	5
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena sesuai dengan jabatan saya.	6
	1. Budaya	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena sesuai dengan lingkungan saya yang islami.	7
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena modis dan praktis	8

Budaya (Kotler 2007)	2. Kelas sosial	1. Saya memilih membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena sesuai dengan kelompok yang saya ikuti.	9
		2. Saya memilih membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena sesuai dengan martabat saya.	10
Pribadi (Kotler 2007)	1. Usia dan tahap siklus hidup	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena sesuai dengan umur saya.	11
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena sesuai dengan kehidupan sehari-hari.	12
	2. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena harganya terjangkau.	13
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena terbiasa dengan lingkungan ekonomi saya.	14
	3. Kepribadian dan konsep diri	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karena sesuai dengan penghasilan yang saya dapatkan.	15
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i membuat saya percaya diri.	16
	4. Gaya hidup	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung karena merasa lebih dihormati	17
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung karena mengikuti perkembangan zaman	18
	1. Proses psikologis utama	1. Keyakinan diri dalam memakai busana Adzkia Hijab Syar'i.	19

Psikologis (X4) (Anwar Prabu Negara, 2005)		2. Dorongan diri dalam memakai busana Adzkia Hijab Syar'i.	20
	2. Persepsi	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karna bahan yang berkualitas serta mampu bersaing.	21
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i karna modis dan sesuai dengan arus zaman.	22
	3. Motivasi	1. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung karena sebagai motivasi diri menuju islam yang modern dan baik	23
		2. Membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung karena belajar menjadi muslimah sesuai syariah	24
	3. Memori	1. membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung karena teringat ketika melihat fashion muslimah	25
		2. membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung karena terinspirasi dari iklan muslimah	26

E. TEKNIK ANALISIS DATA

1. Uji validitas dan reabilitas

a) Uji validitas

Uji nvaliditas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, maka sebelum dilakukan uji statistic terlebih dahulu data yang diperoleh harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas agar hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.[52]

Validitas berhunbungan dengan apakah suatu variabel mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi atau asti sebenarnya yang diukur.[53]

Suatu skala dianggap valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini tekhnik yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari pearson yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma_{xy} - (\Sigma_x)(\Sigma_y)}{\sqrt{N\Sigma x^2 - (\Sigma x^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y^2)}}$$

Dimana:

X = pertanyaan nomor tertentu

[52] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), hal, 257.
[53] Sitinjak, sugiyarto,"*Lisrel*", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hal, 70.

Y = skor total

N = jumlah responden

Uji hipotesis untuk validitas tiap butir pertanyaan suatu angket adalah sebagai berikut:

H_0 = skor butir berkolerasi positf dengan skor faktornya

H_1 = skor butir berkolerasi positf dengan skor faktornya

Dengan tingkat signifikan 5% dengan hasil $R_{hasil} \leq R_{tabel} =$ maka H_0 tidak ditolak, sedangkan jika $R_{hasil} \leq R_{tabel} =$ maka H_1, butir pertanyaan valid.

Dapat disimpulkan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan batas kevalidan dan keshohihan suatu instrument. Oleh karena itu, validitas logis sangat dipengaruhi oleh kemampuan peneliti dalam memahami masalah penelitian, mengembangkan variabel penelitian serta menyusun kuesioner. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah membandingkan nilai r hitung dnegan table untuk degree of freedom (df)=n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel.[54]

b) Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan konsisten suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama.[55]

---

[54] Imam Ghozali,*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,(Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hal, 45.

[55] Husein Umar,*Studi Kelayakan Bisnis*,(Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal, 194.

Menurut Muh Nazir terdapat tiga aspek pengertian mengenai reliabilitas, pertama, suatu alat ukur disebut mempunyai reliabilitas tinggia atau dapat dipercaya jika laat tersebut stabil, dapat diandalkan (dependability), dan dapat diramalkan (predictability). Kedua, alat ukur tersebut memberikan aspek ketepatan dan akurasi yaitu ukuran yang cocok dengan yang ingin diukur (cermat dan tepat). Ketiga, alat ukur harus sedemikian rupa sifatnya, sehingga error pengukuran dapat ditorerir.

Reliabilitas merupakan penerjemah dari kata reliability yang artinya ketercepatan, keterandalan, konsisitensi, dan sebagainya. Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dpaat dipercaya.[56]

Reabilitas dalam penelitian ini adalah uji reliabilitas alpha, yaitu:

$$R_n = \frac{k}{k-1} 1 - \frac{\Sigma ob^2}{o^2}$$

Dimana:

Rn = relative instrumen

K = banyaknya pertanyaan

$\Sigma \sigma b^2$ = jumlah varians

σ^2 = varians total

[56] Agus Eko sujianto,*Aplikasi Statistik dengan SPSS 16*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal, 97.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa reliabilitas merupakan tingkat keandalan kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang asumsinya sama dan tidak dapat perubahan psikologis pada responden. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis, yaitu faktor, analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang diperkirakan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

c) Analisis Faktor

Analisis faktor adalah salah satu analisis yang banyak digunakan pada statistic multivariate. Analisis faktor pertama kali dikenalkan oleh Spearman (1904) dengan tujuan utama analisis faktor adalah menjelaskan hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor, faktor-faktor tersebut merupakan besaran acak (random quantities) yang dapat diamati atau diukur secara langsung. Kegunaan utama analisis faktor ialah melakukan pengurangan data atau dengan kata lain melakukan peringkasan sejumlah variabel yang akan menjadi kecil jumlahnya. Pengurangan dilakukan dengan menggunakan interdependensi beberapa variabel yan dapat dijadikan satu yang disebut dengan faktor. Sehingga ditemukan variabel-variabel atau faktor yang dominan atau penting untuk dianalisis lebih lanjut.[57]

[57] Jonathan Sarwono, (2006), hal, 202.

Sebelum masuk pada proses analisis faktor, terdapat asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi untuk menilai tepat atau tidaknya menggunakan analisis faktor tersebut adalah:

1) **Multivariate Normal**

Untuk memeriksa data apakah merupakan multivariate normal dapat dilihat dari plot antara d_j^2 dengan chi-square ((j-0,5)/n).

$$d_j^2 = [x_j - \overline{x}]' s^{-1} [x_j - \overline{x}]$$

dimana j = 1,2,..., n

Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut.

H0: data berdistribusi multivariate normal.

H1: data tidak berdistribusi multivariate normal.

Pemeriksaan normal multivariate dilakukan dengan algoritma sebagai berikut:

a) Menghitung d_j^2.

b) Mendaftar d_j^2 sedemikian hingga $d_1^2 \leq d_2^2 \leq \ldots \leq d_n^2$.

c) Membuat plot

$$\left(d_j^2, x^2_{p;\frac{j-0,5}{n}} \right)$$

Kriteria pemenuhan asumsi dilakukan secara visual yaitu jika plot membentuk garis lurus berarti data dapat didekati dengan sebaran normal.

Sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Murabahah

maka teknik ananisis faktor tepat untuk digunakan. Analisis faktor adalah jenis analisis yang digunakan untuk mengenali dimensi-dimensi pokok atau keteraturan dari sebuah fenomena. Tujuan umum dari analisis faktor adalah untuk meringkas kandungan informasi variabel dalam jumlah yang besar menjadi sebuah faktor yang lebih kecil.[58] Tujuan statistik dari analisis faktor ini adalah untuk menentukan kombinasi linier dari beberapa variabel yang akan membantu dalam meneliti hubungan saling keterkaitan.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor, yakni suatu analisis yang dapat menyederhanakan faktor yang beragam dan kompleks pada variabel yang diamati dengan manyatukan faktor atau dimensi yang saling berhubungan atau mempunyai korelasi pada suatu struktur data yang baru yang mempunyai faktor lebih kecil. Manfaat dari analisis faktor adalah melakukan peringkasan variabel berdasarkan tingkat keeratan hubungan antara variabel, sehingga akan diperoleh faktor-faktor dominan yang berpengaruh terhadap variabel lainnya. Lebih lanjut Ghozali menjelaskan bahwa asumsi analisis faktor menghendaki bahwa matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor. Jika berdasarkan data visual tidak ada nilai korelasi yang di atas 0.30, maka analisis faktor tidak dapat dilakukan.[59]

2) Proses utama analisis faktor

(a) Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis

---

[58]Mudrajat kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi,* (Jakarta : Erlangga ; 2009) h.263.

[59]Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariatif dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal, 394.

(b) *Barlett Test of Spericity* yaitu suatu uji statistik yang dipergunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak saling berkorelasi *(uncorrelated)* dalam populasi. Dengan perkataan lain matrix korelasi populasi merupakan matriks identitas (identity matrix), dimana setiap variabel berkorelasi dengan dirinya sendiri secara sempurna dengan r= 1 akan tetapi sama sekali tidak berkorelasi dengan lainnya r= 0, jadi elemen pada diagonal utama matrix semua nilainya 1, sedangkan di luar diagonal utama nilainya nol (r_{ij} = 1 kalau i = j dan = 0 kalau i ≠ j).[60]

(c) Uji *Kaiser-Mayer-Olkin* (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampel atau pengukuran kelayakan sampel. Uji KMO dan *Barrlett Test* memiliki beberapa ketentuan, yaitu angka KMO (*Kaiser-Mayer-Olkin)* haruslah berada di atas 0.5 dan signifikansi harus berada di bawah 0.005.

$$KM0 = \frac{\sum\sum r_{ij}^2}{\sum\sum r_{ij}^2 + \sum\sum r_{ij}^2} \text{ untuk } i \neq j$$

Keterangan :

(1) *rij2* = koefisien korelasi antara varibel i dan variabel j

(2) α*ij2* = koefisien korelasi parsial antara varibel i dan variabel j

(3) Harga KMO ini merupakan indeks untuk membandingkan besarnya koefisien korelasi dengan besarnya koefisien korelasi parsial, skala nilain antara lain :

(4) KMO ≤ 0,9= Menyatakan sangat memuaskan

[60] *Ibid*....hal, 117.

(5) 0,8 ≤ KMO < 0,9 = Menyatakan sangat baik

(6) 0,7 ≤ KMO < 0,8 = Menyatakan baik

(7) 0,6 ≤ KMO < 0,7 = Menyatakan cukup memuaskan

(8) 0,5 ≤ KMO < 0,6 = Menyatakan jelek

(9) KMO ≤ 0,5 = Menyatakan ditolak

(d) Uji MSA (*Measure of Sampling Adequancy)* yaitu untuk mengukur kecukupan sampling untuk tiap variabel individual. Ketentuan apabila MSA = 1,0 variabel tersebut dapat diprediksikan tanpa kesalahan oleh variabel lain, MSA > 0,5 variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut dan apabila MSA < 0,5 variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau harus dikeluarkan. MSA merupakan indeks untuk mengukur kecukupan sampling untuk setiap variabel individual.

$$MSA = \frac{\sum r_{ij}^2}{\sum r_{ij}^2 + \sum a_{ij}^2}$$

Angka MSA diinterpretasikan dengan kriteria :

a. MSA = 1,0 = variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.

b. MSA > 0,5 = variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.

c. MSA ≤ 0,5 = variabel tidak bisa diprediksi dan tida bisa dianalisis lebih lanjut atau harus dikeluarkan.

(e) Setelah sejumlah variabel yang memenuhi syarat didapat, kegiatan berlanjut ke proses inti pada analisis faktor, yakni *factoring,* proses ini akan mengekstrak satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.

(f) Melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk. Beberapa metode rotasi :

a) Rotasi *Orthogonal* yaitu memutar sumbu 90 derajat. Proses rotasi orthogonal dibedakan lagi menjadi *Quartimax*, *Varimax*, dan *Equamax*.

b) Rotasi *Oblique* yaitu memutar sumbu kekanan, tetapi tidak harus 90 derajat. Proses rotasi *oblique* dibedakan lagi menjadi *Oblimin*, *Promen*, dan *Orthoblique*. Pemilihan metode rotasi didasarkan pada kebutuhan khusus masalah penelitian, karena tujuan penelitian ini adalah mengurangi jumlah variabel asli (awal) maka digunakan rotasi *orthogonal* yaitu *varimax*.[61]

(g) Interpretasi faktor Interpretasi faktor dilakukan dengan cara mengelompokkan variabel yang mempunyai *factor loading* yang tinggi ke dalam faktor tersebut.

[61] *Ibid*.,Imam Ghozali,., hal, 394.