

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan¹.

Sedangkan jenis penelitian bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih². Kemudian hubungan yang digunakan adalah hubungan kausal yang bersifat sebab akibat.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi penelitian adalah keseluruhan (*universum*) 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 penelitian³. Populasi pada penelitian ini

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung:ALFABETA, 2016), hal. 11

²*Ibid*, hal 61

³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi:Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, (Jakarta:Kencana, 2013), hal. 101

adalah seluruh konsumen pada jasa laundry syariah Al-Fadil di Kabupaten Tulungagung.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁴. Sampel yang akan dijadikan obyek penelitian dalam skripsi ini yaitu konsumen laundry syariah Al-Fadil di Kecamatan Tulungagung yang berjumlah ± 2880 konsumen.. Untuk menentukan banyaknya jumlah sampel peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% yang secara matematis dapat ditulis dengan :

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

dimana : n : jumlah sampel E : batas toleransi kesalahan

N : jumlah populasi

$$n = \frac{2880}{1+2880(0,1)^2} \qquad n = 96,644 \text{ atau } 97$$

berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel sebanyak 97 orang. Karena keterbatasan waktu dan biaya, maka dari seluruh populasi diambil 97 sampel sebagai parameter dalam penelitian ini.

3. Sampling

Peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* atau dapat dijelaskan sebagai teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian....*, hal. 120

peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel⁵. Dan mengambil *incidental sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. *Incidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber data

Sumber data utama dalam penelitian ini menggunakan data primer.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan .⁶

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.⁷

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

⁵*Ibid*, hal. 84

⁶ Ali Maulidi, *Teknik Memahami Statistik 1*,(Jakarta: Alim'a Publishing, 2013), hal. 7

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, hal.173

kesimpulannya.⁸ Penelitian ini diidentifikasi menjadi dua variabel antara lain:

a) Variabel bebas (*Independent variabel*)

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu produk, harga, dan *store atmosphere* yang diberi simbol X. Dimana dalam variabel bebas ini produk diberi simbol X₁, harga X₂ dan *store atmosphere* diberi simbol X₃.

b) Variabel terikat (*dependent variabel*)

Dalam penelitian ini hanya ada satu variabel terikat yaitu minat beli ulang pada laundry syariah al-fadhil yang diberi simbol Y.

3. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala rasio yang dimana dalam skala rasio peneliti mengambil skala peringkat yaitu skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif samapi sangat negatif.⁹Jawaban dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan dalam penelitian ini akan diberikan tanda silang (x) atau ceklist (v) pada alternatif jawaban. Berikut ini adalah contoh pengukuran indikator dari variabel tersebut di atas:

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 38

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian....*, hal. 168

- a) Sangat Sejutu (SS) diberi skor 5.
- b) Setuju (S) diberi skor 4.
- c) Netral (R) diberi skor 3.
- d) Tidak Setuju (TS) diberi skor 2.
- e) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan 3 cara antara lain:

a) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian. Observasi sebagai alat pengumpulan data ini banyak digunakan untuk mengukur tingkah laku atau proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan.¹⁰

b) Kuesioner (angket)

Teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberi atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas dasar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan/pernyataan dapat bersifat terbuka jika

¹⁰ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 84

jawaban tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan. Instrumen yang berupa lembar daftar pertanyaan tadi dapat berupa angket (kuesioner), *checklist* ataupun skala.¹¹

c) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan langsung mengadakan tanya jawab kepada obyek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari obyek yang sedang diteliti.¹²

d) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data sekunder yang disimpan dalam bentuk dokumen atau file (catatan konvensional maupun elektronik, buku, tulisan, laporan, notulen rapat, majalah, surat kabar, dan lain sebagainya). Metode pengumpulan data dokumentasi digunakan dalam rangka memenuhi data atau informasi yang diperlukan untuk kepentingan variabel penelitian yang telah didesain sebelumnya.¹³

2. Instrumen penelitian

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Referensi
----------	-----------	-----------

¹¹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi kedua, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), hal. 49-50

¹² Sutrisno Badri, *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Ombak, 2012), hal 60-61

¹³ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hal. 61

Produk	1. Merk 2. Kualitas produk 3. Fitur 4. Desain	Eka Setyanto, Linggar, et. All., “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian” , (<i>Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 46 No. 2 Mei 2017</i>)
Harga	1. Keterjangkauan harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. <i>Prinsip-Prinsip Pemasaran</i> . Jilid 1. Jakarta: Erlangga
<i>Store atmosphere</i>	1. <i>Inteior</i> (bagian dalam toko) 2. <i>Exterior</i> (bagian depan toko) 3. <i>Store layout</i> (tata letak) 4. <i>Interior display</i> (penataan barang)	Achmad Indra Widyanto, et. All., “ Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Survei pada Konsumen Distro Planet Surf mall Olympic Garden Kota Malang, (<i>jurnal Administrasi Bisnis Vol. 14 No. 1 September 2014</i>)
Minat beli ulang	1. Kualitas produk 2. Harga yang dirasakan 3. Intensitas promosi 4. Loyalitas pelanggan	Irwan Kurniawan, et. all., “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Sakatonik Liver Di Kota Semarang”, (<i>Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi Vol. 4 No. 2 Tahun 2007</i>)

E. Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah cara dalam mengolah data yang sudah terkumpul agar dapat menjawab rumusan masalah dalam sebuah penelitian sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai. Dalam penelitian ini peneliti akan mengolah data dari hasil jawaban angket yang telah disebarkan kepada konsumen laundry syariah Al-Fadhil. Untuk tahapan analisa datanya sebagai berikut:

1. Uji keabsahan
 - a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuesioner menggunakan metode *product moment pearson correlation*. Validitas adalah kebenaran bagi positivisme diukur berdasarkan besarnya frekuensi kejadian atau berdasar signifikansi variansi obyeknya.¹⁴Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan *product moment pearson correlation* dimana ketika hasil skor total setiap variabel lebih besar dari r tabel maka data dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Uji ini untuk mengetahui konsistensi data yang kita ambil apakah sudah konsisten apa belum. Ketika data sudah konsisten maka dapat dilanjutkan ke uji berikutnya. Dalam uji reliabilitas ini peneliti menggunakan *alpha cronbach's*.

Triton menyatakan, jika skala dikelompokkan kedalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.

¹⁴ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*, hal. 83

- 2) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.¹⁵

2. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi normalitas data digunakan dengan pendekatan *kolmogrov-smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *kolmogrov-smirnov* dan signifikansinya lebih dari 0,05.¹⁶

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linier antara variabel independent dalam model regresi. Model regresi dikatakan tidak mengandung multikolinieritas apabila:

- 1) Mempunyai angka tolerance diatas ($>$) 0,1
- 2) Mempunyai nilai VIP dibawah ($<$) 10

¹⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97

¹⁶*Ibid*, hal.78

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik Scatterplot regresi. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas.

3. Uji hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam sebuah penelitian kuantitatif. Kebenaran hipotesa harus diuji melalui data yang sudah terkumpul dalam sebuah kuisisioner penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji hipotesis dengan analisis regresi linier berganda.

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara beberapa variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependent apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependent apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan.

a) Uji parsial (uji t)

Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun perhitungannya dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau nilai probabilitas sebesar 5% atau 0,05. Adapun uji t mempunyai kriteria penerimaan atau penolakan. H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $< 0,05$ dan H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $> 0,05$.¹⁷ Dalam pengujian ini peneliti menggunakan aplikasi *SPSS 16.0*.

b) Uji simultan (uji F)

Uji simultan ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini menguji pengaruh produk, harga dan *store atmosphere* terhadap minat beli ulang pada laundry syariah Al-Fadhil. Adapun yang menjadi kriteria pengujiannya sebagai berikut:

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

4. Uji Regresi Linier Berganda

¹⁷ Syofiyana Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 303-304.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier. Analisis regresi pada dasarnya adalah teknik statistik yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel.¹⁸

Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih variabel, maka disebut dengan regresi berganda. Karena penelitian ini tiga variabel independen maka analisisnya menggunakan analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

Dengan keterangan:

Y = minat beli ulang

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1 = variabel produk

X_2 = variabel harga

X_3 = variabel *store atmosphere*

5. Uji koefisien determinasi

¹⁸ Agus Eko Sujianto, 2009, *Aplikasi Statistik.....*, hal.55

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentase besarnya perubahan variabel terikat atau independen yang disebabkan oleh variabel bebas atau dependen. Dalam penelitian ini peneliti menghitung besarnya koefisien determinasi dengan melihat *R square* yang diperoleh dari perhitungan menggunakan aplikasi *SPSS 16.0*.