

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis dan Sumber Data**

Dilihat dari segi bentuk dalam penelitian ada dua jenis data, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.<sup>1</sup> Dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang penekanannya pada data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistika.<sup>2</sup>

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data tersebut responden. Apabila peneliti menggunakan observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatan subjek penelitian atau variabel penelitian.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ada dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.<sup>4</sup>

1. Sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara secara langsung

---

<sup>1</sup> Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005, h.118

<sup>2</sup> Muchammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif Suatu Pengantar*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h.18

<sup>3</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Yogyakarta: Rineka Cipta, 1996, h. 129

<sup>4</sup> Muchammad Fauzi, *op.cit*, h. 165

dengan karyawan, atau manajer busana muslim ayng terkait, serta penulis melakukan transaksi secar langsung guna memperoleh data yang akurat.

2. Sumber data sekunder adalah sumber yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok, baik yang berupa manusia atau benda (majalah, buku, Koran, dll).<sup>5</sup>

### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian.<sup>6</sup> jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti itu.<sup>7</sup>

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

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

1. Metode Interview (wawancara)

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara lisan kepada bpihak yang akan diteliti, yaitu pelanggan toko busana muslim DANNIS Collection Pati.

2. Metode Kuesioner (angket)

---

<sup>5</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 225

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *op.cit*, h. 131

<sup>7</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, *op.cit*, h.131

Yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan yang telah dibuat dan ditentukan urutan serta formatnya oleh peneliti kepada responden, yaitu seluruh pelanggan toko busana muslim DANNIA Collection Pati.

### 3. Metode Study Pustaka

Di dalam pengumpulan data study pustaka penulis memperoleh data-data dari buku, serta bacaan-bacaan lain yang berhubungan dengan judul penelitian.

## 3.4. Metode Analisis Data

### 3.4.1. Uji validasi dan uji reabilitas

#### 3.4.1.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrument. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Agar diperoleh keberhasilan instrument, maka sebelum instrument digunakan sebagai alat pengumpul data dilakukan uji coba. Uji validitas instrument digunakan teknik uji validitas internal yaitu dengan menguji kesesuaian antara bagian instrument secara keseluruhan. Dalam penelitian ini digunakan analisis butir yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir pertanyaan dengan skor total, kemudian dikonsultasikan dengan tabel nilai r dengan taraf signifikan 95%.

#### 1.4.1.2 Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan suatu alat pengukur dengan derajat keajegan, suatu kuesioner disebut *reliable* atau handal jika jawaban-jawaban seseorang kuesioner. Untuk uji reabilitas instrument, digunakan rumus Alpha dari Cronbach sebagai berikut:

Keterangan:

#### 3.4.2. Uji Asumsi Klasik

Hasil yang diperoleh regresi berganda dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak bila memenuhi beberapa asumsi ini disebut aasumsi klasik.

##### 3.4.3.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independen*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Jika variabel *independen* saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal. Untuk menguji ada atau tidak multikolonieritas data model regresi adalah sebagai berikut:

- Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi.
- Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel *independen*.  
Jika antar variabel *independen* ada korelasi yang cukup tinggi

(umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.

- Multikolonieritas dapat dilihat dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (FIV), dengan indikasi jika nilai *tolerance*  $\leq$  0,10 atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$

### 3.4.3.2 Uji Autokorelasi

Maksud dari tujuan tersebut diatas apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Ada beberapa cara untuk menguji atau mendeteksi ada atau tidaknya *autokorelasi*, salah satunya dengan uji *Durbin-Watson* (DW test).<sup>8</sup> Dengan pengambilan keputusan ada atau tidaknya *utokorelasi*:

Hipotesis nol	Keputusan	jika
Tidak ada <i>autokorelasi</i> positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada <i>autokorelasi</i> positif	No <i>detection</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada <i>autokorelasi</i> negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada <i>autokorelasi</i> negatif	No <i>detection</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada <i>autokorelasi</i> , positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

### 3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke

<sup>8</sup> *Ibid*, h. 100

pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *Homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *Heteroskedastisitas*. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *Heteroskedastisitas* dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel *dependen* yaitu ZPRED dengan residual SRISED. PADA GRAFIK Scanttplot ada tidaknya pola antara ZPRED dan SRISED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di-studentized.<sup>9</sup>

### 3.4.3. Analisis Data

#### 1. Metode Analisis Kualitatif

Analisis ini merupakan analisis secara deskriptif, yaitu dengan menemukan fakta-fakta dari pengumpulan data yang diperoleh selM penelitian, untuk selanjutnya dianalisis dan diproses lebih lanjut berdasarkan teori-teori yang ada.

#### 2. Metode Analisis Kuantitatif

Merupakan metode untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis dan data yang diuperoleh melalui data statistik. Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yanag diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian seriap pertanyaan berdasarkan skala Linkert. Skor yang digunakan adalah 5-4-3-2-1 berupa pertanyaan positif

---

<sup>9</sup> *Ibid*, h. 126

sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

### 3. Analisis regresi linear sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui persepsi bauran pemasaran (X), terhadap kepuasan pelanggan toko busana muslim DANNIS Collection Pati.

Persamaan regresi linear sederhana dicari dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = kepuasan Pelanggan Busana Muslim

a = Nilai Konstanta

b = koefisien Regresi

X = Variabel Bebas yaitu Persepsi bauran pemasaran

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji T

Untuk mengetahui apakah pengaruh bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan DANNIS Collection.

Ho diterima: apabila T dihitung < T tabel, berarti bahwa bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan toko busana muslim DANNIS Collection Pati.

Ho tidak dapat diterima: apabila  $T$  dihitung  $> T$  tabel, artinya bahwa pengaruh bauran pemasaran tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan toko busana muslim DANNIS Collection Pati.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah pengaruh bauran pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan toko busana muslim DANNIS Collection Pati.

Ho diterima: apabila  $F$  hitung  $< F$  tabel, berarti bahwa pengaruh bauran pemasaran sangat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan DANNIS Collection Pati

Ho tidak diterima: apabila  $F$  dihitung  $> F$  tabel, artinya bahwa pengaruh bauran pemasaran tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan toko busana muslim DANNIS Collection Pati.

### 3.5. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Operasional variabel penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Product</i> (produk)	<i>Product</i> adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produknya bermacam-macam</li> <li>2. Objek barang</li> <li>3. Bermanfaat bagi penjual an pembeli</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala Linkert
<i>Price</i>	<i>Price</i> adalah jumlah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan</li> </ol>	Diukur melau

(harga)	uang yang ditetapkan untuk satu barang atau jasa	<p>harga sesuai standart</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Adanya diskon harga</li> <li>3. Harganya dapat dijangkau</li> </ol>	angket dengan menggunakan skala Linkert
<i>Place</i> (tempat)	<b>Place</b> adalah tempat dimana perusahaan melakukan berbagai kegiatan untuk memuat produk yang dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi strategis</li> <li>2. Sarana transportasi memadai</li> <li>3. Penjualan dilakukan secara langsung</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala Linkert
<i>Promotion</i> (promosi)	<b>Promotion</b> adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran dengan tujuan mempengaruhi atau membujuk pasar agar bersedia membeli produk yang ditawarkan perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan melalui spanduk</li> <li>2. Promosi penjualan melalui pemberian hadiah</li> <li>3. Personal selling dalam memberikan informasi yang detail</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala Linkert
Kepuasan Pelanggan	Kepeasan pelanggan adalah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Repeat</li> <li>2. Retention</li> <li>3. Referral</li> </ol>	Diukur melalui angket