

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang penekanannya pada data angka yang diolah dengan metode statistik.¹

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumentasi atau

¹Muhammad Fauzi, *Metode kuantitatif suatu pengantar*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h.18

catatanlah yang menjadi sumber data, sedang isi catatan adalah obyek penelitian atau variabel penelitian.²

Dalam penelitian ada dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³

Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara langsung dengan pegawai dan pemilik butik Nabawi guna memperoleh data yang akurat.

2. Sumber data sekunder adalah sumber yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok baik berupa manusia atau benda (buku, koran, majalah dll).⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumen resmi, buku-buku, dan hasil penelitian.

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT BINA AKSARA, 1987, h.102

³Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2009, h. 225

⁴*Ibid.*

1.2. Populasi dan Sampel

1.2.1. Populasi

Salah satu konsep yang berhubungan erat dengan sampel adalah populasi. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu.⁵ Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survey, yaitu penelitian yang mengambil sample dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama. Populasi merupakan keseluruhan obyek penelitian sebagai

⁵Sugiyono, *Op.Cit*, h. 80

sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.

1.2.2. Sampel

sample merupakan himpunan bagian dari populasi yang menjadi obyek sesungguhnya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan prosedur sampling insidental yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶

1.3. Teknik Pengumpulan Data

Berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai metode, yaitu:⁷

(X ₄)	Promosi adalah suatu rencana untuk penggunaan yang optimal atas sejumlah elemen-elemen promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hadiah pembelian 2. Potongan harga 3. Peyebaran brosur 4. Simbol atau logo yang digunakan 5. Katalog penjualan 	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
(Y)	Loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan terhadap penyedia jasa telah memberikan pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kembali melakukan pembelian produk 2. merekomendasikan kepada pihak lain 3. Tidak terpengaruh oleh tawaran pesaing 	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

⁶Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2010, h.

67

⁷Sugiyono, *Op.Cit*, h. 137

determinasi yang tinggi. Untuk menjelaskan aplikasi dengan menggunakan program SPSS.¹⁶

1.5. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
(X ₁)	Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen	1. Keaneragaman produk 2. Kualitas produk 3. Desain produk 4. Pengemasan produk 5. Variasi warna	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
(X ₂)	Tempat adalah suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana menjual suatu produk tertentu	1. Lingkungan toko 2. Kemudahan menjangkau lokasi 3. Pemesanan dan pengiriman produk 4. Ketersediaan produk 5. Pelayanan	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
(X ₃)	Harga merupakan suatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa	1. Ketersediaan daftar harga 2. Harga yang sesuai dengan kualitas produk 3. Harga yang kompetitif 4. Keterjangkauan harga 5. Variasi harga	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

¹⁶Algifari, *Analisis Regresi : Teori, Kasus dan Solusi*, Yogyakarta : BPFE UGM, 2000, h. 45

1. Metode interview (wawancara)

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara lisan kepada pihak yang akan diteliti, yaitu pelanggan butik busana muslim Nabawi.

2. Metode kuesioner (angket)

Yaitu dengan memberikan suatu daftar pertanyaan yang telah dibuat dan ditentukan urutan serta formatnya oleh peneliti kepada responden, yaitu seluruh pelanggan butik busana muslim Nabawi.

3. Metode study pustaka

Dalam pengumpulan data study pustaka penulis memperoleh data-data dari buku serta bacaan-bacaan lain yang berhubungan dengan judul penelitian ini.

1.4. Teknik Analisis Data

Analisis di dalam penelitian ini ada beberapa hal yang digunakan untuk mengetahui marketing mix diantaranya yaitu menggunakan analisis:

1.4.1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Agar diperoleh keberhasilan instrumen, maka sebelum instrumen digunakan sebagai alat pengumpul data dilakukan uji coba. Uji validitas instrumen digunakan teknik uji validitas internal yaitu dengan menguji kesesuaian antara bagian instrumen 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%.

Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Secara umum koefisien determinan untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien

(loyalitas pelanggan). Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. H_0 diterima: apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, berarti bahwa pengaruh marketing mix berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan busana muslim Nabawi Semarang.
- b. H_0 tidak dapat diterima: apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$, berarti bahwa pengaruh marketing mix tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan busana muslim Nabawi Semarang.

b) Uji F

Untuk mengetahui apakah pengaruh antara empat variabel bebas (produk, tempat, harga, dan promosi) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) secara bersama-sama, sehingga bisa diketahui apakah dengan yang sudah ada dapat diterima atau ditolak.

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah, dengan ukuran seperti tersebut di atas. Uji validitas instrumen dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh instrumen penelitian mampu mencerminkan isi sesuai dengan halaman dan sifat yang diukur. Untuk pengujian ini digunakan rumus korelasi produk moment seperti berikut:

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{XY} = Korelasi product momen/koeffisien korelasi

N = Jumlah responden

X = tiap item pertanyaan

Y = Jumlah dari setiap pertanyaan.⁸

⁸Suharsimi Arikunto, *op.cit*, h. 138

b. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variable. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabilamemiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60.⁹Suatukuesioner disebut reliabel/ handal jika jawaban-jawaban seseorang konsisten. Reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukur yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

1.4.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variable dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit.

Berikut ini macam-macam Uji asumsi klasik:

⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Undip, 2006, h. 91

terikat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi berganda.

Persamaan regresi berganda dicari dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = besarnya variabel Y

a = konstanta

b₁-b₂ = koefisien regresi

b_n = koefisien regresi n data

X_n = besarnya variabel x n data

X₁ = besarnya variabel X₁

X₂ = besarnya variabel X₂.¹⁵

1.4.4. Menguji hipotesis

a) Uji T

Untuk mengetahui apakah pengaruh antara empat variabel (produk, tempat, harga, dan promosi) berpengaruh secara persial terhadap variabel terikat

¹⁵Suranto, *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan dengan Program SPSS*, Semarang: Ghyas Putra, 2009, h. 80

1.4.3. Analisis Data

Metode analisis data yang tidak dapat diukur dengan angka baik data-data yang ada sehingga memberikan kesempatan yang dibutuhkan, maka beberapa alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode analisis kuantitatif

Merupakan metode untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis dan data yang diperoleh melalui uji statistik. Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pertanyaan berdasarkan skala linkert. Skor yang digunakan adalah 5-4-3-2-1 berupa pertanyaan positif (sangat setuju/setuju/kurang setuju/tidak setuju/sangat tidak setuju).

2. Analisis regresi

Uji regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel

1) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji ini dilakukan dengan cara melihat koefisien korelasi antar variabel independen. Apabila lebih dari 0,8 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolonieritas yang sangat serius. Deteksi lain yang dapat dilakukan dengan menentukan nilai tolerance dan variance inflation factor, apabila nilai tolerance lebih dari 10 atau nilai VIF lebih 0,90 maka terjadi multikolonieritas.¹⁰

2) Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara faktor pengganggu yang satu dengan yang lainnya. Tes Durbin Watson dapat

¹⁰Ibid, h. 41

digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi.¹¹

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, meleber kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹²

¹¹Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensia*, Jakarta: PT Grasindo, h. 96

¹²Imam Ghozali, *Op.Cit*, h. 105

4) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (bell shaped). Data yang baik adalah data yang mendekati distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan.¹³

Uji normalitas juga dapat diuji melalui normal probability plot.¹⁴ Apabila grafik menunjukkan penyebaran data yang berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

¹³Singgih Santoso, *Statistik Multivariat*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010, h. 43

¹⁴Singgih Santoso, *Statistik Nonparametrik*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010, h. 90