

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field ressearch*) yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian dapat membuat instrument untuk mengukurnya.¹

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau

¹Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm. 17.

menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.²

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber asli.³ Untuk memperoleh data ini peneliti menggunakan kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang dibutuhkan dan diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara.⁴ Dalam hal ini data

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010, hlm. 129

³Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm. 81.

⁴Suliyanto, *Analisis data dalam Aplikasi Pemasaran*, Purwokerto: Ghalia Indonesia, 2005, hlm. 6

sekunder di dapatkan dari pelanggan Wardah Swalayan Maharani Demak.

C. Definisi Operasional

a. Harga

Harga dalam penelitian ini didefinisikan sebagai asumsi mahal tidaknya atau kevariatifan harga kosmetik Wardah menurut konsumen. Pengukuran harga dalam penelitian ini dengan menggunakan *skala likert*.

b. Produk

Produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai asumsi kevariatifan jenis produk kosmetik Wardah menurut konsumen. Pengukuran produk dalam penelitian ini dengan menggunakan *skala likert*.

c. Tempat

Tempat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai asumsi jarak atau jauh atau dekatnya tempat tinggal

konsumen yang membeli kosmetik Wardah di Outlet Swalayan Maharani Demak. Pengukuran tempat dalam penelitian ini dengan menggunakan *sklala likert*.

d. **Promosi**

Promosi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai asumsi kevariatifan memberikan informasi kepada konsumen akan manfaat produk. Pengukuran promosi dalam penelitian ini dengan menggunakan *sklala likert*.

e. **Minat**

Keinginan konsumen dalam memilih produk Wardah. Pengukuran minat dalam penelitian ini dengan menggunakan *sklala liker*.

D. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian.

Sedangkan sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian.⁵

Menurut Slovin untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan rumus:⁶

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e =Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan (10%/0,1)

Besarnya populasi yang digunakan adalah 350 konsumen yaitu:

$$n = \frac{350}{1 + 35 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{350}{4,5}$$

⁵Suharyadi Purwanto S.K, *Statistika Untuk Ekonomi & Keuangan Modern, Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2004, hlm. 323.

⁶Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk skripsi dan Tesis Bisni.*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada ,2005, hlm.78.

$n = 77,77$ konsumen, dibulatkan menjadi 78 konsumen.

Berdasarkan data konsumen yang diperoleh dari Outlet Wardah Swalayan Maharani Demak yang memilih produk kosmetik Wardah di Swalayan Maharani Demak pada tahun 2010-Maret 2013 adalah sebesar 350 konsumen maka jumlah sampel yang diteliti adalah 78 konsumen.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampel *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *sampling accidental*, yaitu merupakan teknik *sampling* yang memilih sampel dari orang yang paling mudah dijumpai.⁷

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi

⁷Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 174.

mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametik maupun non parametik dengan basis *windows*.²⁷

²⁷Ibid, hlm. 15.

Swalayan Maharani Demak sebagai konsumen yang pernah maupun sedang menggunakan kosmetik Wardah karena konsumen yang lebih tahu hasil dari kosmetik Wardah dibanding konsumen yang lain.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka.⁸

Penelitian dalam instrumen penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka

⁸Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006, hlm. 22.

adalah jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup adalah jika alternatif-alternatif jawaban telah ditentukan.⁹

Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Dan pengukurannya menggunakan *skalalikert* yaitu skala yang berisi lima tingkat jawaban dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.1
Alternatif Jawaban

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	1
S	Setuju	2
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	4
STS	Sangat Tidak Setuju	5

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang

⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk skripsi dan Tesis Bisnis*, *op.cit*, hlm. 49.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 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 depeden.²⁶

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS Versi 16.00 untuk

²⁶Imam Ghozali, *op.cit*, hlm. 83.

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengampilan keputusannya yaitu:

1. Ho diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 0.05$
2. Ha diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 0.05$

berupa catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.¹⁰

Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang kantor, tugas pokok dan tata kerja, struktur organisasi, presentasi serta data lain yang mendukung. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang minat konsumen dan sejarah berdirinya perusahaan Wardah.

F. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut.¹¹

Ada dua variabel penelitian yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (X

¹⁰Suharsimi Arikunto, *op.cit*, hlm. 231

¹¹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, *op.cit*, hlm. 47.

) adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen.¹²

Dalam penelitian ini variabel dependennya (Y) adalah minat, Sedangkan variabel independennya (X) adalah faktor-faktor meliputi harga, produk, tempat dan promosi.

Tabel 3.2
Variabel Penelitian

Variabel	Defnisi Variabel	Indikator	Skala
Harga (X ₁)	Harga dalam penelitian ini didefinisikan sebagai asumsi mahal tidaknya atau kevariatifan harga kosmetik wardah menurut konsumen	a. Pilihan harga b. Adanya diskon harga pada waktu-waktu tertentu c. Harga	Likert 1-5

¹²Augusty Ferdinand, *op.cit*, hlm. 20

variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengampilan keputusannya yaitu:

1. Ho diterima, apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 0.05$
2. Ha diterima, apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 0.05$

2. Uji Simultan (F test)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.²⁵

Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1=b_2=b_3=b_4=0$$

²⁵Husein Umar, *op.cit*, hlm. 163

e. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis pengujian dilakukan dengan menggunakan:

1. Uji Parsial (*t test*)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.²⁴

Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a : b \neq 0$$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari

²⁴Ibid ,hlm. 128

		competitive (bersaing)	
		d. Harga terjangkau	
Produk (X ₂)	Produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai asumsi kevariatifan jenis produk kosmetik Wardah menurut konsumen.	a. Produk bervariasi b. Kemasan produk menarik minat beli c. Produk halal, berkualitas dan aman bagi kulit	Likert 1-5
Tempat (X ₃)	Tempat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai asumsi jarak atau jauh atau dekatnya tempat tinggal konsumen yang membeli kosmetik Wardah di Outlite Swalayan Maharani Demak.	a. Mudah dijangkau b. Lokasi nyaman c. Lokasi menyediakan produk	Likert 1-5

		yang dibutuhkan konsumen.	
Promosi (X ₄)	Promosi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai asumsi kevariatifan memberikan informasi kepada konsumen akan manfaat produk.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemberian bonus/hadiah untuk pembelian produk tertentu. b. Acara promo atau <i>event-event</i>. c. Daya tarik iklan d. <i>Sales Promotion Girl (SPG)</i> mempunyai pengetahuan produk untuk memberikan 	Likert 1-5

menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²²

4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS.²³

²²Ibid, hlm. 105

²³Ibid, hlm. 110

Hipotesis	Keputusan	Jika
Tdk ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tdk ada autokorelasi positif	Tdk ada keputusan	$dl < d < du$
Tdk ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tdk ada korelasi negatif	Tdk ada keputusan	$4 - du < d < 4 - dl$
Tdk ada autokorelasi positif atau negatif	Tdk ditolak	$du < d < 4 - du$

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas.

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian

		informasi dalam menganalisis produk kepada konsumen	
Minat konsumen muali mah pada kosmetik Wardah (Y)	Keinginan konsumen dalam memilih produk Wardah.	<ol style="list-style-type: none"> a. Status Ekonomi b. Pendidikan c. Lebel halal d. Religius Stimuli (ketaan agama) 	Likert 1-5

G. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak

menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.¹³

Untuk menghitung validitas tiap item instrument digunakan *korelasi product moment*, yaitu:¹⁴

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

X = skor tiap item

Y = skor total

Uji ini pada SPSS 16.00 dapat dilihat pada kolom *Correlated Item-Total Correlation* yang merupakan nilai r hitung untuk masing-masing

regresi yang diindikasikan terdapat multikolonieritas.²⁰

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode T dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi.²¹

Untuk menguji autokorelasi yaitu dengan Durbin Watson dengan ketentuan sebagai berikut:

¹³Suharsimi Arikunto, *op.cit*, hlm. 211-212.

¹⁴Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi, op.cit*, hlm 105.

²⁰Ibid, hlm. 91-92

²¹Ibid, hlm 95-96

d. Uji Asumsi Klasik

Hasil dari regresi akan dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak bisa memenuhi asumsi-asumsi yang disyaratkan untuk memenuhi uji normalitas, multikolenieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi¹⁹

1. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas adalah dengan cara mengamati nilai VIF dan *tolerance*. Jika nilai VIF melebihi nilai 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10 maka model

¹⁹Imam Ghozali, *op.cit*, hlm.90

pertanyaan. Apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel berarti valid.¹⁵

b. Uji Reliabilitas

Adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau *konstruk*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁶

Untuk menguji reliabilitas dengan uji statistik croancbach alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60.

Untuk mencari reliabilitas menggunakan rumus *Alpha*¹⁷

¹⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Cetakan IV*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2005, hlm.45.

¹⁶Ibid, hlm. 41.

¹⁷Suharsimi Arikunto, *op.cit*, hlm. 239.

$$r_{11} = \frac{(K) (1 - \sum \alpha b^2)}{(K-1) \alpha^2 t}$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \alpha b^2$ = jumlah varian butir

$\alpha^2 t$ = varian total

c. Analisis Regresi

Analisis Regresi dapat dimanfaatkan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (kriteria) dapat diprediksikan melalui variabel independen (*prediktor*). Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik atau menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen.¹⁸

¹⁸Husein Umar, *op. cit*, hlm. 81.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas secara parsial maupun bersama-sama terhadap variabel terikat dalam penelitian ini menggunakan analisis SPSS (*Statistical Product And Service Solution*), juga menggunakan analisis persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y = Minat konsumen terhadap kosmetik Wardah

X_1 = Harga

X_2 = Produk

X_3 = Tempat

X_4 = Promosi

a = nilai intercept (konstan)

$b_1 - b_4$ = koefisien arah regresi

e = kesalahan random