

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. LOKASI PENELITIAN**

Lokasi dalam penelitian adalah toko Fidza Collection di Desa Mayangkawis Kec. Balen Kab. Bojonegoro Jawa Timur. FidzaCollection menjual berbagai macam hijab dan Fidza Collection juga memproduksi hijab berkualitas. Fidza Collection memiliki beberapa cabang diantaranya di pasar Dukuh Bungkal, Pasar Kab. Bojonegoro (Pasar Kota Bojonegoro), dan masih banyak lagi di pasar lainnya.

#### **3.2. JENIS DAN SUMBER DATA**

Dilihat dari segi bentuk dalam penelitian ada dua jenis data, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.<sup>1</sup> 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>

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini secara garis besar dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data primer

---

<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.

Data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner (angket). Data yang diperoleh dengan cara tersebut adalah data pengaruh antara produk, harga, promosi terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk hijab.

## 2. Data sekunder

Data yang diperoleh dari dokumentasi Fidza Collection yang terdiri dari gambaran umum obyek penelitian yang terdiri dari sejarah Fidza Collection, struktur organisasi, tugas dan fungsi masing-masing bagian.

### 3.3. POPULASI DAN SAMPEL

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas subyek/obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup>

Ulasan diatas berarti populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti. Populasi dibedakan menjadi populasi sasaran (*target population*) dan populasi sampel (*sampling population*). Populasi sasaran adalah keseluruhan individu adalah areal/ wilayah/ lokasi/ kurun waktu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sedangkan populasi sampel adalah keseluruhan individu yang akan menjadi sasaran analisis dalam populasi yang

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 61.

layak dan sesuai untuk dijadikan atau ditarik menjadi sampel penelitian sesuai dengan kerangka sampelnya (*sample frame*). Adapun yang dimaksud dengan kerangka sampel adalah seluruh daftar individu yang menjadi satuan analisis yang ada dalam populasi dan akan diambil sampelnya.<sup>4</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen hijab di Fidza Collection, dan rata-rata konsumennya adalah 2.400 per bulan.<sup>5</sup>

## 2. Sampel

Pengambilan sampel merupakan suatu proses penelitian dan penentuan jenis sampel dan perhitungan sampel yang akan menjadi subjek penelitian. Sampel secara nyata yang akan diteliti harus representatif dalam arti mewakili populasi baik dalam karakteristik maupun jumlahnya.<sup>6</sup> Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan, teknik sampling pada dasarnya dibedakan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini yang digunakan sampel adalah konsumen Fidza Collection. Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi, maka dalam

---

<sup>4</sup>Sugiarto, dkk, *Teknik Sampling*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003, h.2-3.

<sup>5</sup> Data diperoleh dari hasil wawancara dengan manajer Fidza Collection.

<sup>6</sup> Nana SyaodihSukmadinatan, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2010, h.252.

penentuan sample penelitian ini digunakan rumus Solvin sebagai berikut:

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

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan / *margin of error max.*

Dari jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketidakpastian sebesar 10%, maka dengan menggunakan rumus diatas diperoleh sample sebesar:

$$n = \frac{2.400}{1 + 2.400(0,1)^2} = 96$$

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata jumlah konsumen hijab adalah 2.400 per bulan. Maka dari rumus diatas jumlah sampel yang diteliti adalah 96 konsumen.

### 3.4. VARIABEL PENELITIAN

Tabel 3.1

#### Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Product</i> (X1)	<b>Product</b> adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar dan dapat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produknya berkualitas</li> <li>2. Produknya bermacam-macam</li> <li>3. Kemasan dari produk menarik</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala

	memenuhi kebutuhan konsumen.		Likert
<i>Price</i> (X2)	<b>Price</b> adalah jumlah uang yang ditetapkan untuk sebuah barang atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan harga sesuai standard/terjangkau</li> <li>2. Tingkat potongan harga</li> <li>3. Harga sesuai dengan kualitas produk</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala Linkert
<i>Promotion</i> (X3)	<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 menarik</li> <li>2. Promosi produk baru disertai diskon</li> <li>3. Iklan hijab sesuai dengan barang</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala Linkert
Minat beli (Y)	<b>Minat beli</b> Kecenderungan hati untuk membeli.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dorongan dari individu</li> <li>2. Motif sosial</li> <li>3. Faktor emosional</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala Linkert

Sedangkan pengukuran data yang digunakan oleh penulis yaitu skala liker, skala ini berhubungan dengan pertanyaan sikap seseorang terhadap sesuatu, criteria liker sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju) = 5

S (Setuju) = 4

N (Netral)	= 3
TS (Tidak Setuju)	= 2
STS (Sangat Tidak Setujui)	= 1

### 3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data adalah tehnik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode menunjukkan suatu cara yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, uji (tes), dokumentasi dan lainnya. Peneliti dapat menggunakan salah satu atau gabungan tergantung masalah yang dihadapi.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa tehnik metode antara lain sebagai berikut :

#### 1. Angket

Angket atau kuesioner adalah merupakan salah satu tehnik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung jawab dengan responden) dan meminta agar responden mengisi beberapa pertanyaan yang diperlukan.<sup>8</sup> Angket ini dilakukan dengan mengedarkan suatu draf pertanyaan, diajukan secara tertulis, untuk mendapatkan tanggapan, informasi,

---

<sup>7</sup>Riduwan, *Skala Pengukuran Variable-Variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 24.

<sup>8</sup>Sutrisni Hadi, *Metodologi Research Jilid 2*, Yogyakarta: Andi, 2004, h. 179.

jawaban dan sebagainya.<sup>9</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang minat beli konsumen dengan objek penelitian adalah konsumen hijab.

## 2. Dokumentasi

Didalam melakukan metode dokumentasi peneliti mengumpulkan benda-benda tertulis seperti buku-buku, pamflet, dokumen tentang gambaran umum perusahaan dan catatan lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **3.6. TEKNIK ANALISIS DATA**

#### 1. Analisis Instrument Penelitian

Analisis instrument penelitian digunakan untuk menganalisis tes sebagai instrument dalam penelitian ini. Setelah instrument dalam bentuk tes tersebut disusun, kemudian diujicobakan, dan dianalisis. Alat ukur dikatakan baik jika syarat-syarat validitas, reliabilitas, daya pembeda dan tingkat kesukaran juga baik.

##### a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Sebuah instrument dikatakan valid atau shahih mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid

---

<sup>9</sup>SoekidjoNotoatmodjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010, h. 148.

berarti memiliki validitas rendah.<sup>10</sup> Sebuah tes dikatakan memiliki validitas jika hasilnya sesuai dengan kriterium, dalam arti memiliki kesejajaran antara hasil tes tersebut dengan kriterium. Teknik yang digunakan untuk mengetahui kesejajaran adalah tehnik korelasi product moment.<sup>11</sup>

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = Korelasi product momen/koefisien korelasi

N = Jumlah responden

X = Tiap item pertanyaan

Y = Jumlah dari setiap pertanyaan

Validitas data diukur dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel ( $r$  product moment). Jika  $r$  hitung >  $r$  table, dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai

---

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Bumi aksara, 2007, h. 211.

<sup>11</sup>*Ibid*, h. 69.

alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.<sup>12</sup>

Pengujian reliabilitas ini menggunakan rumus K-R. 20 :<sup>13</sup>

$$r_{11} = \left| \frac{k}{k-1} \right| \left[ 1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right]$$

Keterangan:

r11 = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum a_b^2$  = Jumlah varian

$a_t^2$  = Varian total

## 2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis data yang berbentuk angka-angka. Analisis ini menggunakan pengujian secara sistematis dan statistik dalam menerangkan dan menganalisis data yang diperoleh.

### a. Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variable dependen.<sup>14</sup> Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variable independen (produk, harga, promosi) terhadap variable dependen (minat beli). Model yang digunakan dalam menganalisis pengaruh variabel independen terhadap

---

<sup>12</sup>*Ibid*, h. 221.

<sup>13</sup>*Ibid*, h. 100.

<sup>14</sup>Sugiyono, *Op.Cit*, h. 275.

variable dependen adalah analisis regresi berganda, yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku konsumen

a = konstanta

$\beta_1 - \beta_3$  = koefisien persamaan regresi

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Promosi

e = residual (variabel kesalahan)

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji T

Untuk mengetahui apakah pengaruh produk, harga dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan FIDZA Collection.

Ho diterima: apabila T dihitung  $<$  T tabel, berarti bahwa Produk, Harga Dan Promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada toko hijab FIDZA Collection.

Ho tidak dapat diterima: apabila T dihitung  $>$  T tabel, artinya bahwa pengaruh produk, harga dan promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli di toko FIDZA Collection.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah pengaruh produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan toko FIDZA Collection.

Ho diterima: apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , berarti bahwa produk, harga dan promosi pemasaran sangat berpengaruh secara simultan minat beli di toko FIDZA Collection.

Ho tidak diterima: apabila  $F_{dihitung} > F_{tabel}$ , artinya bahwa pengaruh produk, harga dan promosi tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat beli di toko FIDZA Collection.

c. Uji Korelasi determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari seluruh variable independen yang ada dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variable lain yang tidak dapat dijelaskan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien determinan ( $R^2$ ). Atau besarnya antara 0 sampai 1 atau  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Jika  $R^2$  mendekati 1 maka variable dependen dengan sempurna atau terdapat suatu kecocokan yang sempurna (variable independen yang dipakai dapat menerangkan dengan baik variable dependen). Namun jika koefisien

determinasi adalah nol (0) berarti variable independen tidak berpengaruh terhadap variable dependen.

#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable memiliki distribusi normal. Untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak, ada dua cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik merupakan cara yang termudah untuk melihat normalitas residual adalah melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

#### 5. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk melakukan apakah model regresi ditemukan terjadi korelasi yang kuat antar variable independennya. Uji ini dilakukan dengan cara melihat koefisien korelasi antar variable independen. Apabila lebih dari 0,8 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinieritas 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 multikolinieritas.

## 6. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas, dilakukan dengan tujuan untuk menentukan apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Uji ini dapat dilakukan secara sederhana dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variable dependen ( $z_{pred}$ ), dengan nilai residualnya ( $z_{resid}$ ). Apabila grafik plot menunjukkan pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka diindikasikan terjadi heteroskedasitas.

## 7. Uji Autokorelasi

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