

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Mengetahui adanya pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap minat beli pelanggan di Pasar Jerakah Semarang, dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik¹. Penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia variabel independen sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)². Variabel independen dalam penelitian ini adalah pelayanan (X_1), dan Lokasi (X_2).

2. Variable Dependen (variabel terikat)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, *criteria*, *konsekuensi*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat

¹*Ibid*, hal. 7

²*Ibid*, hal 39

merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas³. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli pelanggan di Pasar Jerakah Semarang (Y).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya. Data primer diperoleh penulis dari penyebaran angket atau kuesioner kepada para responden, yaitu para pelanggan di Pasar Jerakah Semarang yang terpilih sebagai sampel. Sedangkan sumber data sekunder penulis dapatkan dari Kantor dan berbagai sumber informasi yang telah dipublikasikan baik jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder dimaksudkan agar dapat memberikan ilustrasi umum dan dapat mendukung hasil penelitian.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁴. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Pasar Jerakah Semarang selama

³*Ibid*, hal. 39

⁴*Ibid*, hal 80

kurun waktu satu minggu kurang lebih sekitar 5.000 pelanggan⁵. Kemudian karena adanya keterbatasan waktu dan dana, maka dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁶. Dan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel yang mengedepankan prinsip bahwa setiap sampel atau individu memiliki kemungkinan yang sama untuk terpilih secara acak⁷.

Untuk menentukan minimal sampel yang dibutuhkan apabila ukuran populasi diketahui, dapat digunakan rumus Slovin⁸ sebagai berikut:

$n =$

Dimana:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

⁵ Hasil wawancara dengan Kepala Pasar Jerakah Semarang.

⁶*Ibid*, hal 81

⁷Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta cv, 2012, cet. 21, h.64

⁸Haryadi Sarjono, Winda Julianita, *SPSS VS LISREL (Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset)*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, h.30

Berdasarkan populasi yang ada dan tingkat kelonggaran kesalahan (e) sebesar 10%, maka besarnya sampel adalah:

$$n =$$

$$n = 98,0 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui⁹. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data deskriptif guna menguji hipotesis. Model kajian untuk memperoleh data tersebut digunakan kuesioner yang bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban pada beberapa alternatif saja atau pada satu jawaban saja.

Sedangkan pada pengukuran skala digunakan model skala Likert, yaitu model pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial¹⁰. Dengan skala Likert, maka

⁹*Ibid*, h 151

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, h 93

variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan dengan Alternatif jawaban sebagai berikut:

4 = Sangat Puas Sekali (SPS)

3 = Sangat Puas (SP)

2 = Tidak Puas (TP)

1 = Sangat Tidak Puas (STP)

3.3.2 Dokumentasi

Informasi lain tentang hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, buku dan sebagainya yang diperoleh peneliti adalah dengan dokumentasi. Di antaranya dokumentasi arsip-arsip Pasar Jerakah Semarang.

3.3.3 Interview (Wawancara)

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewee*)¹¹. Pihak-pihak yang diwawancarai oleh penulis adalah Pelanggan dan Kepala Pasar Jerakah Semarang.

¹¹Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, cet.13, h.155

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran Data

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan¹² Menurut Sugiono yang dikutip oleh Mochamad Fauzi macam-macam variabel dapat dibedakan sebagai variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen adalah variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi perubahan variabel dependen. Sedangkan variabel dependen adalah variabel terikat yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas.¹³

Dalam penelitian ini subjek penelitian adalah pelanggan dan objek penelitiannya adalah Pasar Jerakah Semarang. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pelayanan (X_1), lokasi (X_2) terhadap menarik minat beli pelanggan dalam perspektif ekonomi islam (Y).

¹²Mochamad Fauzi, Metode Penelitian Kuantitatif, Semarang : Walisongo Press, 2009, h. 145

¹³*Ibid*, h. 150

Tabel 3.1
Variabel Penelitian

Variabel penelitian	Definisi	Indikator	Sub Indikator	Skala pengukuran
Pelayanan (X)	Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> - Jujur - Amanah (Dapat dipercaya). - Rendah hati - Menepati janji. - Profesionalitas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bertanggung jawab atas barang apapun yang di jual - Pedagang yang murah senyum - Selalu mengucap salam kepada konsumen yang datang 	Menggunakan skala Likert
Lokasi (X)	Tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas dan gedung yang memadai. - Fasilitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Tata ruang yang nyaman. - Pedagang yang cepat dan tanggap 	Menggunakan skala Likert

	tidaknya sebuah usaha.	umum. - Lahan parkir - Dekat dengan CBD	terhadap pedagang. - Barang yang diperjual belikan sesuai dengan Syari'at Islam. - Informasi mudah didapatkan.	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Keinginan pelanggan untuk datang kembali karena sesuai dengan yang diharapkan pelanggan	- Aspek kenyamanan - Aspek hubungan baik dengan pelanggan - Aspek kualitas barang dan	- Pelanggan nyaman dengan lingkungan - Pedagang berhubungan baik dengan pedagang dalam hal transaksi	Menggunakan skala Likert

		jasa - Aspek memperoleh kemudahan informasi	- Memberikan kualitas barang dan pelayanan yang baik - Pelanggan dengan mudah memperoleh informasi mengenai lokasi-lokasi pedagang.	
--	--	--	--	--

3.5. Teknik Analisis Data.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode :

3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) valid tidaknya instrumen.

Instrumen yang valid berarti dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur¹⁴.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama¹⁵.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Berikut ini macam-macam Uji asumsi klasik:

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk pengujian normalitas data,

¹⁴Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta cv, 2012, cet. 21, h.348

¹⁵*Ibid*, h 348

dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS¹⁶.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Dalam regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas¹⁷.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas¹⁸.

3.6 Analisis Regresi Berganda

¹⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005, h. 110

¹⁷*Ibid.*, h. 91

¹⁸*Ibid.*, h. 105

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel minat dihubungkan dengan variabel pelayanan dan lokasi.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = minat

a = konstanta

x_1 = pelayanan

x_2 = lokasi

b = koefisien regresi yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika

satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X).

e = kesalahan prediksi.

3.6.1 Uji T

Menunjukkan nilai signifikan dari tiap-tiap koefisien regresi terhadap kenyataan yang ada¹⁹.

Langkah-langkah:

a. Menentukan hipotesis nihil dan alternatif.

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ (tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan dan lokasi terhadap minat pelanggan).

¹⁹Algifari, *Analisis Regresi : Teori, Kasus dan Solusi*, Yogyakarta : BPFE UGM, 2000, h. 39

H1: $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_0$ (ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan dan lokasi terhadap minat pelanggan).

- b. Menentukan level of significant ($\alpha = 0, 05$)

Kriteria pengujian

H0 diterima bila $t\text{-tabel} < t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$

H0 ditolak bila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $t\text{-hitung} < -t\text{-tabel}$

- c. Perhitungan nilai T

Dimana:

B = koefisien regresi dari variabel minat

Sb1 = standar error koefisien regresi

- d. Kesimpulan

Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dapat diketahui pengaruh antara pelayanan dan lokasi terhadap minat pelanggan.

3.6.2 Uji F

Digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara dua variabel bebas (pelayanan dan lokasi) terhadap variabel terikat (minat pelanggan) secara bersama-sama, sehingga bisa diketahui apakah dengan yang sudah ada dapat diterima atau ditolak²⁰. Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

²⁰*Ibid*, h. 42

- a. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ artinya bahwa pelayanan dan lokasi secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pelanggan.
- b. $H_1: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_0$ artinya bahwa pelayanan dan lokasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pelanggan.
- c. Menentukan level of signifikan $\alpha = 0,05$
- d. Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

H_0 = diterima apabila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$

H_0 = ditolak apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$

- e. Perhitungan nilai F

$F =$

Keterangan:

R = koefisien regresi linier berganda

k = banyaknya variable

n = ukuran variable

- f. Kesimpulan

Dengan membandingkan F hitung dan F tabel dapat diketahui pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap minat pelanggan.

3.6.3 Uji Koefisien Determinasi

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 (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Untuk menjelaskan aplikasi dengan menggunakan program SPSS²¹. Untuk mengetahui persentase besarnya perubahan variabel independen yang disebabkan oleh variabel dependen. Koefisien determinasi ini di mana:

R^2 : koefisien determinasi

Y : minat

X_1 : pelayanan

X_2 : lokasiz

²¹*Ibid*, h. 45-48.