

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden.

Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatan yang menjadi sumber data, sedangkan isi catatan subjek penelitian atau variabel penelitian.<sup>41</sup>

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama.

Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara langsung dengan teller, manajer busana muslim terkait, serta penulis melakukan transaksi secara langsung guna memperoleh data yang akurat.

---

<sup>41</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Yogyakarta: Rineka Cipta, 1996, h.129

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>42</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian.

### 3.2. Populasi dan Sample

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.<sup>43</sup> 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 sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian, dan sample merupakan himpunan bagian dari populasi yang menjadi obyek sesungguhnya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Untuk mendapatkan sample yang dapat menggambarkan populasi, maka dalam penentuan sample penelitian ini digunakan rumus Solvin sebagai berikut

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

---

<sup>42</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 225

<sup>43</sup> *Ibid*, h. 80

Dimana :

n = Ukuran sample

N = Ukuran populasi

E = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditolerir.

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

$$n = \frac{2.915}{1 + 2.915(0,1)^2} = 96,67 = 97 \text{ orang}$$

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan prosedur random sampling yakni proses pemilihan sample dimana untuk dipilih. Sedangkan metode yang digunakan adalah simple random sampling, yaitu cara pemilihan sample dimana anggota dari populasi dipilih satu persatu secara random (semua mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih) dimana jika sudah dipilih tidak dapat dipilih lagi.

Untuk menghindari subjektivitas dalam penentuan sample, maka sample diambil dari populasi dengan menggunakan bantuan program SPSS.

### 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai metode, yaitu:<sup>44</sup>

#### 1. Metode Interview (*wawancara*)

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara lisan kepada pihak yang akan diteliti, yaitu pelanggan Busana

---

<sup>44</sup> *Ibid*, h.137

Muslim Di Kota Semarang.

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 Busana Muslim Di Kota Semarang.

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 ini.

**3.4. Metode Analisis Data**

**3.4.1 Uji validitas dan uji reabilitas**

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variable yang diteliti. Agar diperoleh keberhasilan instrument, maka sebelum instrument digunakan sebagai alat pengumpul data dilakukan uji coba. Uji validitas instrument digunakan tehnik 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 %.

Mengutip dari buku Muchammad Fauzi yang berjudul *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Migrasi Nasabah Bank Umum Syari'ah di Kota Semarang* bahwa uji validitas dilakukan dengan metode *person correlation*, dengan memperhatikan batas nilai MSA 0,5 yang signifikan dan batas *factor loading* 0.4. Sedangkan dalam buku Muchammad Fauzi yang berjudul *Pengaruh Ketaatan Beragama, Atribut Produk Islami, Performance Quality, Reputation, Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Dan Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Kab. Pemalang* juga menyebutkan bahwa uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis factor (*factor analysis*) yaitu *factor loading* untuk memastikan masing-masing pertanyaan terklasifikasi pada setiap variable yang di tentukan. Hair, et al (1998) memberikan kriteria terhadap signifikansi dari *factor loading* sebagai berikut; > 0,3 tergolong signifikan, > 0,4 tergolong lebih signifikan, dan > 0,5 tergolong sangat signifikan.<sup>45</sup> Uji lebih lanjut juga dilakukan untuk mengetahui terpenuhinya asumsi klasik atas persamaan regresi yang di buat. Uji asumsi klasik meliputi: *uji multikolinieritas, heteroskedasitas, autokorelasi, dan linieritas*<sup>46</sup>. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas

---

<sup>45</sup> Muchammad Fauzi, *Pengaruh Ketaatan Beragama, Atribut Produk Islami, Performance Quality, Reputation, Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Dan Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil(BMT) Kab. Pemalang*, Semarang: IAIN Walisongo, 2009, h. 63

<sup>46</sup> Muchammad Fauzi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Migrasi Nasabah Bank Umum Syari'ah di Kota Semarang*, Semarang: IAIN Walisongo, 2008, h. 34

rendah, dengan ukuran seperti tersebut di atas. Uji validitas instrumen dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh instrument penelitian mampu mencerminkan isi sesuai dengan hlm dan sifat yang diukur. Untuk pengujian ini digunakan rumus korelasi product 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/koefisien korelasi

N = Jumlah responden

X = Tiap item pertanyaan

Y = Jumlah dari setiap pertanyaan

#### b. Uji Reliabilitas

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

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

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum a_b^2$  = Jumlah varian

$a_t^2$  = Varian total

### 3.4.2 Normalitas data

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.<sup>47</sup>

### 3.4.3 Uji asumsi klasik

#### 1) 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.

#### 2) Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas, dilakukan dengan tujuan untuk menentukan apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi

---

<sup>47</sup> *Ibid*, h. 50

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.

### 3) Autokorelasi

Maksud dari tujuan tersebut di atas apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linear atau tidak. Kalau tidak linear maka analisis regresi tidak dapat di lanjutkan.<sup>48</sup>

### 4) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

## 3.4.4 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 Kualitatif

Analisis ini merupakan analisis secara deskriptif, yaitu dengan menemukan fakta-fakta dari pengumpulan data yang

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 265



diperoleh selama penelitian, untuk selanjutnya dianalisis dan diproses lebih lanjut berdasarkan teori-teori yang ada, yaitu eksploratif dan deskriptif.

## 2. 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 pernyataan positif (Sangat setuju/ Setuju/ Kurang setuju/ Tidak setuju/ Sangat tidak setuju).

## 3. Analisis regresi linear sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui Persepsi bauran pemasaran (X), terhadap Loyalitas pelanggan busana muslim di Kota Semarang.

Persamaan regresi linear sederhana dicari dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan Busana Muslim

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Bebas yaitu Persepsi bauran pemasaran

#### 4. Menguji Hipotesis

##### a) Uji T

Untuk mengetahui apakah pengaruh bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Busana Muslim Di Kota Semarang.

Ho diterima: apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , berarti bahwa bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Busana Muslim Di Kota Semarang.

Ho tidak dapat diterima: apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , berarti bahwa pengaruh bauran pemasaran tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Busana Muslim Di Kota Semarang.

##### b) Uji F

Untuk mengetahui apakah pengaruh bauran pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Busana Muslim di Kota Semarang.

Ho diterima: apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , berarti bahwa bauran pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Busana Muslim Di Kota Semarang.

Ho tidak dapat diterima: apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , berarti bahwa pengaruh bauran pemasaran tidak berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Busana Muslim Di Kota Semarang.

### 3.5. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Operasional variable penelitian

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala pengukuran
<i>Product</i> (produk)	<b>Product</b> 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. Obyek barang</li> <li>3. Bermanfaat bagi penjual dan pembeli</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala Linkert
<i>Price</i> (harga)	<b>Price</b> adalah jumlah uang yang ditetapkan untuk suatu produk atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan harga sesuai standar</li> <li>2. Adanya discount harga</li> <li>3. Harganya dapat dijangkau</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala Linkert
<i>Place</i> (tempat/lokasi)	<b>Place</b> adalah suatu tempat dimana perusahaan itu melakukan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memuat produk 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 yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.	<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
Loyalitas pelanggan	Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Repeat</li> <li>2. Retention</li> <li>3. Referral</li> </ol>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala Linkert

