

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dimana data dan informasinya diperoleh dengan cara mengamati situasi dan kondisi di lapangan. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi langsung untuk mendapatkan data mengenai pengaruh pemanfaatan *social media*, *brand equity* dan etika kerja Islam terhadap ketertarikan konsumen pada produk Ar Rafi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif deskriptif. Kuantitatif merupakan metode penelitian yang analisis datanya diuji berdasarkan teori yang diperoleh dengan tolak ukur standar variabel yang diolah menggunakan angka pada prosedur statistik.¹ Penelitian dengan pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan dan meringkaskan objek penelitian dalam bermacam keadaan, situasi, dan variabel berdasarkan apa yang terjadi di masyarakat.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian memuat gambaran dimana lokasi dan kapan waktu pelaksanaan penelitian.² Lokasi penelitian dilakukan di kampus IAIN Kudus, yang beralamat di Jalan Conge Ngembalrejo, PO BOX 51 Kudus 59322, Jawa Tengah dengan memilih mahasiswa IAIN Kudus fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai populasi penelitian. Sedangkan waktu penelitian ini dimulai pada tanggal 4 Oktober 2022 sampai 30 November 2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi memuat seluruh bagian generalisasi yang berisi obyek maupun subyek kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih peneliti untuk dipelajari lalu disimpulkan.³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus sejumlah 3037 mahasiswa yang dilakukan penelitian pada tahun 2022.

¹Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 11.

² Tim LPM IAIN Kudus, *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*, (Kudus: IAIN Kudus, 2019), 34.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 80.

2. Sampel

Sampel dapat didefinisikan sebagai bagian dari populasi yang pemilihan didasarkan pada karakteristik, jumlah, dan kondisi tertentu dari populasi itu sendiri. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus yang menggunakan produk Ar Rafi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik penarikan sampel dengan tidak memberi harapan dan prospek yang sama pada elemen populasi yang diambil sebagai sampel.⁴

Bersumber pada banyaknya populasi penelitian ini yang memiliki jumlah yang cukup besar sehingga untuk menghitung ukuran banyaknya sampel yang mewakili penelitian dari populasi tersebut maka digunakan Rumus Slovin sebagai berikut.⁵

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

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = presentasekesalahan

Ketentuan menentukan *standarderror* dalam rumus Slovin yaitu nilai e sebesar 0,1 (10%) untuk populasi dengan jumlah besar dan nilai e sebesar 0,2 (20%) untuk populasi dengan jumlah kecil. Jadi, sesuai dengan ketentuan rumus Slovin tersebut maka dalam penelitian ini menggunakan *standard error* sebesar 10% dari populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus yang berjumlah 3037 orang. Berikut ini perhitungan untuk mengetahui jumlah sampel dalam penelitian ini.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{3037}{1 + 3037 (0,1)^2}$$

$$3037$$

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 81-82.

⁵Anak Putu Agung, *Metode Penelitian Bisnis*, 35.

$$n = \frac{\quad}{31,37}$$

$$n = 96,812 = 97$$

Dari perhitungan di atas diperoleh sampel sejumlah 97 mahasiswa dengan taraf kesalahan 10%.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjabaran berdasarkan pada indikator yang menggambarkan sikap dari tiap variabel yang di teliti kemudian dapat dinilai kebenarannya oleh responden.⁶ Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Variabel bebas (independen) merupakan variabel memberi pengaruh atau penyebab berubah variabel terikat. Variabel bebas yang diambil peneliti untuk dilakukan penelitian yaitu:
 - a. Pemanfaatan Media Sosial sebagai X₁
 - b. *Brand Equity* sebagai X₂
 - c. Etika Bisnis Islam sebagai X₃
2. Variabel terikat (dependen) merupakan variabel yang terpengaruh atau menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini adalah ketertarikan konsumen.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel dan Definisi	Indikator	Skala
Media Sosial sosial merupakan tempat dimana pengguna dapat berpartisipasi, berbagai, dan membuat isi untuk menciptakan interaksi antar individu dengan menggunakan teknologi berbasis web.	<ul style="list-style-type: none"> • Hubungan (<i>Relationship</i>) • Komunikasi • Interaksi pasca pembelian • Bentuk informasi 	Likert
<i>Brand Equity</i> adalah kekuatan suatu merek yang dapatmenambah atau mengurangi nilai dari merek itu sendiri yang	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand awareness</i> • <i>Brand association</i> 	Likert
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived quality</i> 	

⁶ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2006), 68.

<p>dapat diketahui dari respon konsumen terhadap barang atau jasa yang dijual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand loyalty</i> 	
<p>Etika Bisnis Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (<i>akhlaq al islamiyah</i>) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram.⁷</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kesatuan • Keseimbangan • Kehendak bebas • Pertanggungjawaban • Kebenaran: Kebijakan dan kejujuran 	<p>Likert</p>
<p>Ketertarikan Konsumen merupakan pernyataan mental yang timbul dalam diri konsumen diantara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian. Sebelum melakukan evaluasi terhadap alternatif yang ada, konsumen memiliki dorongan untuk membeli atau memiliki produk atau jasa yang ditawarkan.⁸</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transaksional • Referensial • Preferensial • Eksploratif 	<p>Likert</p>

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas merupakan percobaan yang dibutuhkan untuk menguji kesahihan alat ukur yang dipergunakan pada kepentingan penelitian. Suatu kuesioner dinyatakan keabsahannya jika pernyataan pada kuesioner dapat menjabarkan

⁷Fitri Amalia, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok”, *Seminar Competitive Advantage II prosiding Ekonomi* 1 no 2 (2012), hal 3

⁸Citra Sugiyono Putri, “Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cheri melalui Minat Beli”. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1 no. 5 (2016),hal185-187.

poin-poin yang seharusnya diukur.⁹ Agar dapat mengenali konsistensi serta akurasi informasi penelitian yang dikumpulkan diperlukan pengukuran validitas salah satunya dengan menggunakan rumus korelasi *product moment person* sebagai 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} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

- N = Jumlah Sampel
- X = Skor Variabel X
- Y = Skor Variabel Y

Adapun pedoman pengambilan keputusan dalam korelasi *product moment person* sebagai berikut:¹⁰

- a. Apabilahitung > r_{tabel}, artinya instrument dikatakan valid.
- b. Apabilahitung < r_{tabel}, artinya instrument dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas merupakan suatu uji coba yang dibutuhkan dalam penelitian untuk menjadi tolok ukur kemampuan sebuah perlengkapan alat ukur. Dalam penelitian, alat ukur haruslah mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi sehingga instrument cukup mampu dipercaya sebagai alat pengumpulan data. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap *statement* tidak berubah-ubah dan stabil dari waktu ke waktu. Dari beberapa jenis alat ukur reliabilitas, pada penelitian ini menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* dengan bantuan program IBM SPSS Statistic 23 untuk mengolah datanya. Berikut penjabaran rumus:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

¹⁰ Ricky Yulardi dan ZuliNuraeni, *Statistik Penelitian*, (Yogyakarta: Innosain, 2017), 93.

- Keterangan:
- a = Koefisien reliabilitas alpha
 - k = Jumlah item
 - S_j = Varians responden untuk item I
 - S_x = Jumlah varians skor total

Adapun untuk menentukan kehandalan (*reliability*) suatu instrumen, tabel berikut ini dapat dijadikan pedoman penentuan seberapa tingkat kehandalan yaitu:¹¹

Tabel 3.2
Kategori Koefisien Reliabilitas

Interval Koefisien	Kriteria
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014)

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden secara online menggunakan *google form*. Kuesioner berisi beberapa pernyataan yang harus ditanggapi oleh responden dengan menggunakan ukuran skala *Likert* dengan bentuk *agree-disagree scale*, yang berisi klasifikasi dan tingkatan urutannya. Skala yang digunakan yaitu skala dengan interval 1-5, mulai dari sangat tidak setuju dengan skor 1, jawaban tidak setuju dengan skor 2, jawaban ragu-ragu dengan skor 3, jawaban setuju dengan skor 4, dan jawaban sangat setuju dengan skor 5.¹²

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dapat disebut juga dengan pengolahan data dan penafsiran data yang berguna unruk menguji hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang diajukan dan diolah dengan metode kuantitatif. Teknik analisis data ini menggunakan bantuan *Microsoft Excel* dan aplikasi *IBM SPSS Statistics 23*. Adapun model statistik yang dipergunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu:

¹¹ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian...*, 65.

¹² Anak Putu Agung, *Metode Penelitian Bisnis...*, 45.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS) untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah normalitas, multikolinearitas, autokolerasi, dan heterokedastisitas pada model regresi.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Metode yang dapat digunakan dalam uji normalitas data untuk mengetahui apakah residual berdistribusi wajar atau tidak yaitu dengan cara metode kolmogrov smirnov analisis grafik dan uji statisti. Data distribusi normal apabila nilai Sig. dari uji normalitas ≥ 0.05 , terdapat uji normalitas yang dapat dipilih yaitu Kolmogrov-Smirnov untuk $n > 50$ dan Shapiro Wilk untuk $n < 50$.¹³ Pada metode grafik dapat disimpulkan dengan menggunakan 2 cara analisis diagram grafik p-p plot dan diagram grafik histogram. Apabila hasil uji SPSS pada diagram grafik p-p plot menyebar di dekat garis diagonal dan menyebar searah garis diagonal maka dapat dikatakan informasi dengan distribusi wajar. Apabila hasil uji SPSS pada diagram grafik histogram membentuk lonceng yang sempurna maka dapat diartikan telah memberikan informasi yang memiliki distribusi wajar.¹⁴

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antar variable independen dalam suatu model regresi linear berganda. Jika terdapat kolerasi yang tinggi antar variablein dependen, maka hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

¹³Joko Subando, *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2021), 28.

¹⁴RochmatAldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: CV Wade Group, 2016), 107-112.

- 1) Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji.
- 2) Jika nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinearitas pada data yang diuji.¹⁵

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap (homokedastisitas). Untuk mendeteksi heterokedastisitas bias dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memlotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual).¹⁶

Dasar pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas yaitu:¹⁷

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik membentuk pola tertentu yang terstruktur (bergelombang, mengumpul ditengah, melebar kemudian menyempit atau menyempit kemudian melebar) maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Apabila tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menyelidiki pengaruh secara linear antara dua variabel atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat.¹⁸ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan lebih dari satu variabel yaitu Media Sosial (X_1), Brand Equity (X_2), Etika Bisnis (X_3) dan Ketertarikan Konsumen (Y) serta alat yang digunakan untuk menganalisis informasi regresi linier berganda menggunakan aplikasi program IBM Statistics 23. Persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:¹⁹

¹⁵ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif :BeberapaKonsep Dasar UntukPenulisanSkripsi&Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 120.

¹⁶ Nikolaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* ...,122.

¹⁷ Rochmat, *AnalisisStatistikEkonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* ..., 129.

¹⁸ Rochmat, *AnalisisStatistikEkonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* ..., 161.

¹⁹ SlametRiyanto dan AglisAndhitaHatmawan, *MetodeRiset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 140.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (Ketertarikan Konsumen)
 a = Konstanta
 b₁ = Koefisien regresi variabel X₁ (Media Sosial)
 X₁ = Variabel independen (Media Sosial)
 b₂ = Koefisien regresi variabel X₂ (*Brand Equity*)
 X₂ = Variabel independen (*Brand Equity*)
 b₃ = Koefisien regresi variabel X₃ (Etika Bisnis Islam)
 X₃ = Variabel independen (Etika Bisnis Islam)
 e = Standar *error*

3. Uji f Simultan

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji f yaitu:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.²⁰

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.²¹ Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan, jika nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa variabel bebas hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.²²

²⁰ Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*...,143.

²¹ Rochmat, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 167-168.

²² Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*...,141.

5. Uji-t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji t yaitu:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.²³



²³ Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif...*,141.