

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.¹ Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistik.² Dalam penelitian kuantitatif atau positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa sesuatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungkan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.³ Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

B. Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu.⁴ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer atau data-data yang pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang diberi. Dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pernyataan

¹Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonosia, Yogyakarta, 2005, hlm. 14.

²Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 5

³Sugiyono, *Op. Cit*, hlm.63

⁴Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta, 2006, hlm. 57

yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah mahasiswi manajemen bisnis syariah STAIN kudus tahun 2012-2014 yang memakai produk shampo sariayu hijab. Alat untuk menguji kuesioner adalah dengan uji validitas dan reliabilitas. Jenis data ini berupa observasi dan angket.

2. Data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.⁵ Data sekunder bisa diperoleh dari instansi-instansi, perpustakaan maupun dari pihak lainnya. Data sekunder diperoleh dari instansi dalam hal ini adalah dari dokumentasi STAIN Kudus.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁶

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi manajemen bisnis syariah STAIN Kudus tahun 2012-2014 yang berjumlah 359 mahasiswi.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian suatu objek yang mewakili populasi. pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian yang biasa, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya biasa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili sampel.⁷

Pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil adalah mahasiswi angkatan 2013 sebanyak 128 mahasiswi. Maka untuk pengambilan

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung, 2013, hal. 193.

⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana, Jakarta, 2005, hlm. 109

⁷ Pabundu Tika, *Op., Cit.*, hlm.

sampel digunakan tehnik *Purposive sampling*, yaitu pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.⁸ Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu:

1. Mahasiswi STAIN Kudus program studi manajemen bisnis syariah tahun 2013.
2. Menggunakan shampo Sariayu Hijab.

D. Definisi Operasional

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	skala
Kualitas Produk (X-1)	Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya ⁹	a. <i>Perfomance</i> (prestasi).	a. Memiliki kelebihan menjaga rambut yang tertutupi oleh kerudung. b. Mampu mengatasi masalah rambut rontok akibat sering tertutup kerudung.	<i>Likert</i>
		b. <i>Features</i> (fitur).	a. Botol berwarna hijau agar identik dengan wanita muslimah Indonesia. b. Terdapat berbagai	

⁸ S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Cet.4*, Rineka Cipta, Jakarta, 2004, hlm. 128

⁹ Yunita Sawitri, dkk, *Op., Cit*, hlm. 3

		<p>c. <i>Reliability</i> (keandalan).</p> <p>d. <i>Conformance</i> (kesesuaian).</p> <p>e. <i>Durability</i> (daya tahan).</p>	<p>macam ukuran kemasan dan netto.</p> <p>a. Mampu mengatasi rambut yang membandel.</p> <p>b. Cocok untuk semua jenis rambut.</p> <p>a. Telah bersertifikat Halal.</p> <p>b. Telah terdaftar di BPOM.</p> <p>a. Mencantumkan masa kadaluarsa.</p>	
Harga (X-2)	<p>Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan.¹⁰</p>	a. Permintaan dan Penawaran.	<p>a. Produk memiliki harga yang ekonomis.</p> <p>b. Jarang terjadi penawaran karena harga sudah standar.</p>	<i>Likert</i>
		b. Persaingan.	<p>a. Banyak pesaing menjual produk yang sama.</p> <p>b. Banyak pesaing yang menjual produk dengan harga rendah.</p>	
		c. Biaya.	a. Produsen telah menaksir biaya produksi yang dikeluarkan.	
		d. Tujuan Perusahaan.	a. Membuat konsumen puas dan loyal terhadap produk tersebut.	
<i>Brand Ambassador</i>	<i>Brand ambassador</i>	a. <i>Transference</i> (pemindahan)	a. Selebriti yang menjadi <i>brand</i>	<i>Likert</i>

¹⁰ Nela Evelina, dkk, *Op., Cit.*, hlm.5-6

(X-3)	adalah ikon budaya atau identitas, dimana mereka bertindak sebagai alat pemasaran yang mewakili pencapaian individualisme kejayaan manusia serta komodifikasi dan komersialisasi suatu produk. ¹¹		<i>ambassador</i> mendukung merek sariayu hijab.
		b. Kesesuaian	<p>a. Produk mencari <i>brand ambassador</i> artis wanita yang berjilbab.</p> <p>b. Produk memakai <i>brand ambassador</i> yang terkenal di Indonesia.</p>
		c. Kredibilitas	<p>a. Produk menggunakan <i>brand ambassador</i> yang sudah berpengalaman.</p> <p>b. <i>Brand ambassador</i> yang digunakan memiliki keahlian dan keunikan yang berbeda dengan yang lainnya.</p>
		d. Daya tarik	a. Menggunakan <i>bran ambassador</i> yang cantik, menarik dan muslimah.
		e. Kekuatan	<p>a. <i>Brand ambassador</i> memiliki kekuatan untuk mempengaruhi konsumen.</p> <p>b. Produk mempercayakan kepada <i>brand ambassador</i> yang mampu mengajak konsumen untuk</p>

¹¹ Muhammad Ikhsan Putra, dkk, *Op. Cit*, hlm. 4

			membeli.	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian. ¹²	a. <i>Product Selection.</i>	a. Produk dapat mengatasi masalah rambut. b. Produk dikhususkan untuk wanita yang berhijab.	<i>Likert</i>
		b. <i>Brand Selection</i>	a. Produk sudah memiliki merek yang dapat dikenal masyarakat. b. Produk menggunakan bahan-bahan yang aman digunakan.	
		c. <i>Store Selection</i>	a. Produk dipasarkan di tempat yang sudah terpercaya dan terkenal.	

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, diantaranya:

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹³ Angket didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti nama, umur, jurusan dan angkatan, merek sampo yang digunakan sekarang dan status pernikahan. Pertanyaan ini

¹² Muhammad Ikhsan Putra, dkk, *Op. Cit*, hlm. 5

¹³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati Dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, hlm. 45

digunakan untuk menganalisa jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi akan menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

Dalam metode angket/kuesioner disusun dengan skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat engan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	: Skor 5
Setuju (S)	: Skor 4
Ragu-Ragu (RR)	: Skor 3
Tidak Setuju (ST)	: Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: Skor 1

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa, dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi kealamiah yang sukar diperoleh, sukar ditemukan, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.¹⁴ Dokumentasi diperoleh dari lokasi tempat penelitian di STAIN Kudus.

3. Observasi

Metode observasi adalah sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Metode observasi bersifat tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.¹⁵ Peneliti

¹⁴ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2011, hlm. 83

¹⁵ Burhan Bungin, *Op., Cit*, hlm. 144

menggunakan metode ini untuk memperoleh situasi umum konsumen shampo sariayu hijab yaitu para mahasiswi manajemen bisnis syariah STAIN Kudus tahun 2012-2014 yang meliputi tinjauan historis, dan gambaran sosial.

F. Teknik Pengujian Data

1. Uji validitas

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.¹⁶

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0.06.

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.¹⁷

¹⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, hlm. 90

¹⁷ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hlm.113

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF).¹⁸ Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang tinggi sama dengan nilai VIF rendah. Nilai yang umum dipakai adalah nilai toleransi lebih dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.¹⁹

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier dan korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi.²⁰

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < 4-dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

¹⁸ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Buku Daras, Kudus, 2009, hlm. 180

¹⁹ Imam Ghazali, *Op., Cit.*, hlm. 95-96

²⁰ *Ibid*, hlm. 110-111

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilakukan beberapa cara, yaitu:

- a) Tes statistik berdasarkan *kurtosis* dan *skewness*.
- b) Tes statistik berdasarkan *tes of normality* (*Shapiro-Wilk* dan *kolmogorov Smirnov test*).²¹

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di

²¹ *Ibid*, hlm.187-192

bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi.²²

H. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kualitas produk, harga dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:²³

Rumus: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b_1, b_2 : Koefisien regresi

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Harga

X_3 : *Brand Ambassador*

e : Standar eror

2. Uji-t (Signifikansi Parameter Parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantug, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

²² Imam Ghazali, *Op., Cit*, hlm. 125-126

²³ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm. 269

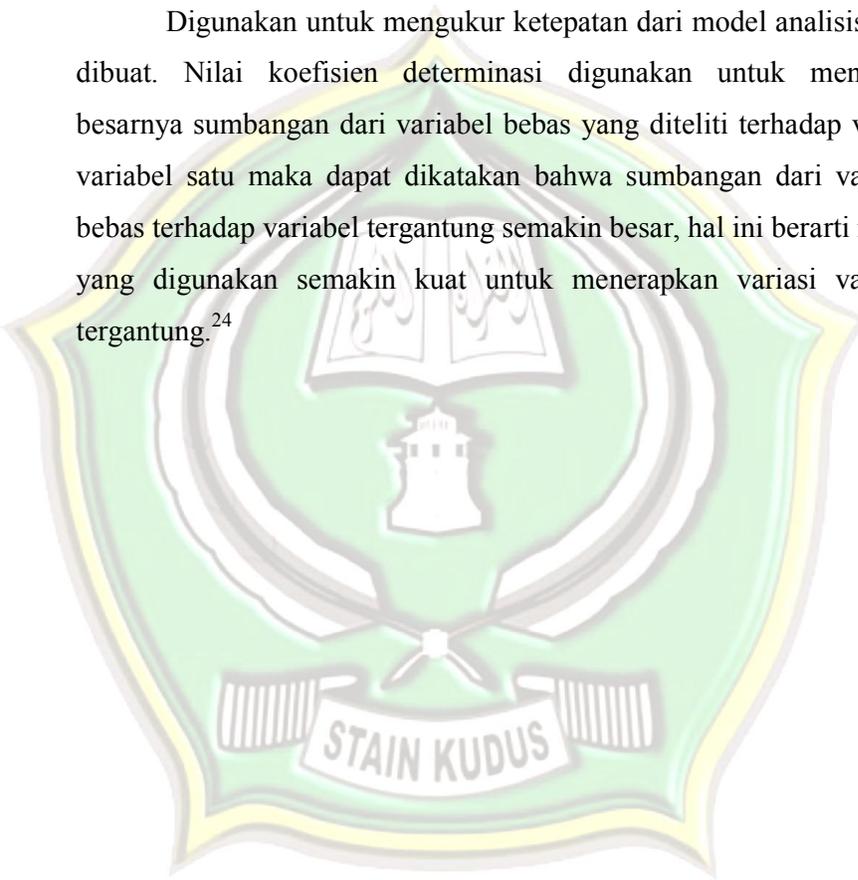
Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan:

$$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0 \text{ ditolak (ada pengaruh)}$$

$$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0 \text{ diterima (tidak ada pengaruh)}$$

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar, hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerapkan variasi variabel tergantung.²⁴



²⁴ Imam Ghozali, *Op., Cit.*, hlm. 44-45