

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, dari sudut pandang pendekatan, termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang melibatkan aspek-aspek tertentu. Penelitian kuantitatif ini dijalankan secara sistematis, terencana, dan terstruktur.¹ Pendekatan kuantitatif disebut metode positivis karena berakar pada filsafat positivisme.

Filosofi ini memperlakukan nilai, gejala, atau fenomena sebagai entitas tunggal (hanya mempertimbangkan fenomena yang dapat diamati tanpa memperhatikan aspek sensasinya), yang dapat dikelompokkan, bersifat relatif tetap, konkret, dapat diukur, dan hubungan antar gejala dijelaskan secara rasional.

Metode penelitian kuantitatif melibatkan pendekatan positivis, di mana data penelitian yang berupa angka diukur dan dianalisis menerapkan statistik. Data numerik ini berkaitan dengan permasalahan yang diamati, dan analisis statistik diterapkan untuk menyimpulkan temuan. Pendekatan positivis ini diterapkan pada populasi atau sampel yang telah ditentukan.²

B. Setting Penelitian

Setting penelitian ini dijalankan kepada mahasiswi IAIN Kudus khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2020 yang berbelanja di Hijab by Aida. Penelitian ini dilaksanakan dengan mengirimkan kuesioner melalui formulir Google. Kuesioner akan dibagikan kepada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020, kemudian data yang terkumpul dianalisis untuk diterapkan dalam penyusunan laporan penelitian.

C. Populasi dan Sempel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu atau subjek yang memiliki ciri khas tertentu pada suatu tempat dan waktu yang

¹ Economics et al., “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcik Wardah).”

² Harys, “Penelitian Kuantitatif,” 2020, 34–46, <https://www.jopglass.com/penelitian-kuantitatif/>.

ingin diamati atau diteliti.³ Populasi mengacu pada seluruh anggota suatu kelompok, baik itu manusia, hewan, peristiwa, atau objek yang hidup secara bersama-sama di suatu lokasi dan terorganisir secara sistematis sehingga memberi kesimpulan akhir dalam penelitian. Populasi mencakup berbagai faktor seperti guru, siswa, kurikulum, fasilitas, institusi sekolah, dan sebagainya. Maka dari itu, populasi tidak hanya melibatkan individu, tetapi juga dapat mencakup organisasi.⁴

Populasi yang akan diselidiki terdiri dari mahasiswi IAIN Kudus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan prodi seperti Manajemen Bisnis Syariah, Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah, Manajemen Zakat Wakaf, dan Perbankan Syariah. Totalnya terdapat 426 mahasiswi angkatan 2020. Populasi ini mencakup mereka yang pernah menjalankan pembelian di Hijab by Aida dan menerapkan merek Hijab by Aida.

2. Sampel

Sebagian dari populasi yang diambil secara prosedural yang menyubstitusi populasinya disebut dengan sampel. Dalam konteks kegiatan penelitian, definisi sampel ialah sebagai sejumlah Sebagian kecil dari seluruh populasi diambil sebagai sampel untuk mewakili populasi tersebut, dan menjadi sumber data dalam penelitian.

Pada penelitian ini metode pengambilan *nonprobability sampling*. Sampel diambil dari populasi menerapkan teknik *sampling purposive*, yang mana pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan khusus terkait dengan sumber data. Jumlah sampel dapat dihitung berdasarkan rumus slovin.⁵

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

³ Supardi Supardi, "Populasi dan Sampel Penelitian," *Unisia* 13, no. 17 (1993): 100–108, <https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>.

⁴ Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, dan Kamaluddin Abunawas, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian," *Jurnal Pilar* 14, no. 1 (2023): 15–31.

⁵ F.Adiprimadana Diba, Dhea Farah, Kurniati, "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zytadelia di Dutamall Banjarmasin" 2023, no. Senasekon (2023): 211–16.

e = toleransi kesalahan yang akan diambil oleh peneliti (e=1%, 5%, 10%), disini peneliti mengambil toleransi sebesar 10%

$$n = \frac{N}{1 + \frac{N \cdot e^2}{426}}$$
$$n = \frac{426}{1 + 426 \cdot 0,1^2}$$
$$n = \frac{426}{5,26}$$
$$N = 80,98$$

Maka dibulatkan 81 orang (sampel minimal), jadi sampel yang diterapkan ialah 81 orang dari mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) IAIN Kudus yang akan dijadikan respondennya.

D. Definisi Operasional Variabel

Batasan dan metode pengukuran variabel yang diteliti disebut dengan definisi variabel. Variabel definisi operasional ialah variabel yang definisi operasionalnya (DO) dijelaskan dalam format matriks yang berunsur-unsur sebagai berikut: Variabel yang diukur, deskripsi operasional (DO), instrumen pengukuran, data yang terkumpul, dan jenis skala (nominal, ordinal, interval, dan rasio). Membuat definisi operasional bertujuan untuk mempermudah pengumpulan data dan menjaga konsistensi, mencegah perbedaan penafsiran, dan membatasi ruang lingkup. Berikut adalah deskripsi operasional variabel dalam penelitian ini:⁶

Tabel 3. 1
Definisi Oprasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sekala
1.	Kualitas Produk (X1)	Kotler dan Armstrong mendefinisikan kualitas produk sebagai kapasitas produk untuk memenuhi tujuan yang dimaksudkan, serta keandalan, presisi, kemudahan	1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>) 3. Keadaan (<i>Realibity</i>) 4. Daya tahan (<i>Duralibity</i>) 5. Kemampuan	Likert

⁶ Nfn Purwanto, “Variabel Dalam Penelitian Pendidikan,” *Jurnal Teknodik* 6115 (2019): 196–215, <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>.

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sekala
		penerapan dan pemeliharaan, serta fitur penting lainnya.	pelayanan (<i>Serciability</i>) 6. estetika (<i>Aesthetics</i>) 7. kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived quality</i>) 8. keragaman produk (<i>features</i>)	
2.	Kualitas Layanan (X2)	Menurut Kotler, “jasa” ialah Suatu tindakan atau aktivitas yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sebenarnya tidak berwujud dan tidak menciptakan hak kepemilikan.	1. Keahlian dan profesional 2. Sikap dan perilaku 3. Akses dan fleksibel 4. Kehandalan dan kepercayaan 5. Empati	Likert 1-5
3.	Citra Merek (X3)	Susanto mendefinisikan citra merek sebagai apa yang dipersepsikan orang mengenai suatu merek. Lebih jauh lagi, citra merek yaitu, persepsi yang ditanamkan suatu produk atau layanan di alam bawah sadar konsumen sebagai hasil dari pengetahuan dan ekspektasi kadang-kadang disebut sebagai faktor	1. Citra produsen 2. Citra barang atau produk 3. Citra konsumen atau pemakai.	Likert 1-5

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sekala
		psikologis dalam konsep pemasaran.		
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kottler dan Keller mengkarakterisasi kepuasan Sebagai tanggapan yang baik atau buruk yang muncul dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari produk dengan harapan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak akan senang. Pelanggan akan merasa sangat puas atau puas jika hasilnya melebihi harapan	1. Kepuasan secara keseluruhan 2. Terpenuhinya harapan 3. Perbandingan dengan yang ideal	Likert 1-5

Sumber: Penggabungan Teori yang Dikembangkan, 2023

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi atau fakta dari lapangan. Saat mengumpulkan data penelitian menggunakan beberapa Teknik, sebagai berikut:

1. Kuesioner

Dalam penelitian ini, kuesioner diterapkan sebagai alat pengumpulan data primer. Peneliti berharap mendapatkan data yang relevan dengan memberikan daftar pertanyaan yang harus dijawab kepada setiap responden untuk menjaga tingkat validitas dan reliabilitas penelitian.⁷ Pertanyaan dalam kuesioner berkaitan dengan variabel penelitian pada mahasiswa perempuan Fakultas Ekonomi IAIN Kudus angkatan 2020, meliputi citra merek,

⁷ Eko Yulianto Mahmud Safudin et.al, “Analisis Sistem Pendaftaran dan Keamanan Member Mandjha Hijab pada Aplikasi MOKA Dengan Metode Servqual” 7, no. 2 (2023).

kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap Hijab by Aida.

2. Observasi

Observasi ialah cara pengelompokan data melalui pengamatan secara langsung segala apa yang terjadi di objek penelitian yang akan diteliti. Observasi ini dilakukan untuk mengamati dan menilai perilaku manusia, proses kerja, faktor alam, dan lain sebagainya. Teknik ini bertujuan mengumpulkan informasi-informasi yang penting terkait dengan objek yang akan diteliti. Disisi lain Teknik observasi juga digunakan untuk dapat melihat gambaran daerah lokasi penelitian.⁸

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bentuk kegiatan atau proses sistematis dalam melakukan pencarian, pemakaian, penyelidikan, pengumpulan, dan penyediaan dokumen untuk memperoleh penerangan pengetahuan, keterangan, serta bukti dan juga menyebarkannya kepada pihak berkepentingan.⁹

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas merujuk pada hasil yang muncul dari proses validasi. Validasi sendiri merupakan langkah yang dijalankan oleh penerjemah atau pengguna suatu alat pengukur untuk mengumpulkan data empiris yang dapat mendukung kesimpulan yang dihasilkan dari alat tersebut. Validitas, di sisi lain, mencerminkan kemampuan suatu instrumen pengukur dalam mengukur objek yang menjadi fokusnya. Saat mengevaluasi validitas, fokus diberikan pada isi dan kegunaan alat pengukur tersebut. Tujuan dari pengujian validitas ialah untuk menilai sejauh mana suatu tes dapat secara akurat melaksanakan fungsinya, yaitu apakah instrumen pengukur benar-benar mampu mengukur hal yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, tujuan dari tes ini ialah untuk menilai apakah kuesioner tersebut memiliki validitas atau tidak.¹⁰

⁸ Ajat Rukajat, Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach, (Sleman : Deepublish, 2019), 37

⁹ Hajar Hasan, "Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri," *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi dan Komputer)* 2, no. 1 (2022): 23–29, <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>.

¹⁰ Kurnia Meinawati dan Farid Ardyansy, "Pengaruh Islamic Branding , Religiusitas , Kualitas Produk dan Halal," *Jrime : Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi* 1, no. 3 (2023): 1–19.

Dengan menerapkan koefisien korelasi Pearson pada perangkat lunak statistik seperti SPSS, validitas dapat diuji dengan mengevaluasi hubungan antara skor masing-masing item dalam kuesioner dan skor total yang diberikan. Perangkat lunak SPSS diterapkan untuk menjalankan pengujian validitas dengan memperhatikan standar berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.¹¹

2. Uji Realibitas

Tujuan dari pengujian reliabilitas ialah untuk menilai sejauh mana ukuran yang diterapkan konsisten, sehingga jika ukuran tersebut diterapkan kembali untuk memeriksa objek yang sama menerapkan teknik yang sama, meskipun pada waktu yang berbeda, hasil yang diperoleh tetap konsisten.¹² Menurut Ghazali (2012:48), mengutip Nunnally, suatu konstruk dianggap reliabel jika mencapai nilai Cronbach's alpha $> 0,70$, yang menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang membentuknya dapat diandalkan. Untuk menguji reliabilitas, perangkat lunak statistik seperti SPSS dapat digunakan.¹³

G. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Menurut Husain Usman, Statistik Deskriptif adalah susunan angka yang memberikan gambaran tentang data yang disajikan dalam bentuk-bentuk tabel, diagram, histogram, polygon, frekuensi, ozaiv (ogive), ukuran penempatan, simpang baku, kurva normal, korelasi, dan regresi linier.¹⁴

¹¹ Isma Rosaliana Gunawan et al., "Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko alfamidi keadilan rawa denok di depok jawa barat," *Journal of Research and Publication Innovation* Vol. 2, No. 1, Januari 2024 2, no. 1 (2024): 1220–29.

¹² Sarah Qodriyani et al., "Hubungan Antar Ragam Gangguan Lingkungan Permukiman Di Kelurahan Kedungdoro Kecamatan Tegalsari Kota Surabaya," *Planning for Urban Region and Environment* 10, no. 1 (2021): 9–20.

¹³ Zumrotun . Nafiah dan Warno . Warno, "Pengaruh Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Study Kasus Pada Kecamatan Candisari Kota Semarang Tahun 2019)," *Jurnal Stie Semarang* 10, no. 1 (2019): 86–105, <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v10i1.88>.

¹⁴ Amirotun Sholikhah, "Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 2 (1970): 342–62, <https://doi.org/10.24090/komunika.v10i2.953>.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Membuat grafik distribusi frekuensi skor saat ini ialah tes langsung untuk kenormalan data. Bukti signifikan bergantung pada kemampuan kita untuk memperhatikan cara kita mengkomunikasikan informasi. Kesimpulannya bisa saja salah jika datanya banyak dan distribusinya tidak normal sempurna atau 100% normal. Sementara itu, para profesional telah menciptakan banyak teknik untuk menjalankan ujian standar.¹⁵

Tidak sulit untuk menguji normalitas data dengan menerapkan pendekatan tradisional. Disarankan untuk menjalankan uji normalitas untuk memastikan bahwasanya distribusi data dengan lebih dari 30 observasi ($n > 30$) ialah benar, meskipun ahli statistik secara empiris meyakini bahwasanya distribusi tersebut normal. Makalah probabilitas normal, uji chi-kuadrat, uji Liliefors, metodologi Kolmogorov-Smirnov, dan penerapan perangkat lunak statistik seperti SPSS ialah beberapa metode yang dapat diterapkan untuk menguji normalitas data.¹⁶

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah kesalahan dan variasi dari model regresi tidak konsisten dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Keadaan ini disebut homoskedastisitas jika varians sisa tetap konstan; heteroskedastisitas (variens tidak sama) terjadi ketika variansnya bervariasi. Jika nilai signifikansi melebihi 0,05, maka dikatakan bahwa tidak ada heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka ada masalah heteroskedastisitas.¹⁷

¹⁵ Usmadi Usmadi, "Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas)," *Inovasi Pendidikan* 7, no. 1 (2020): 50–62, <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>.

¹⁶ H. A. Imran, "Peran Sampling dan Distribusi Data dalam Penelitian Komunikasi Penekatan Kuantitatif," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 21, no. 1 (2020): 111–26, https://web.archive.org/web/20180423162359id_/https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/viewFile/210109/588.

¹⁷ Fristi Zakia Indri dan Gerry Hamdani Putra, "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020," *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan* 2, no. 2 (2022): 01–17.

Untuk menguji model regresi ketidaksetaraan antara varian dan residu pengamatan ialah tujuan dari heteroskedastisitas.¹⁸

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel independen dalam model regresi linier berganda menunjukkan tingkat korelasi yang signifikan secara statistik. Kerusakan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat disebabkan oleh tingginya korelasi antara variabel bebas tersebut. Untuk menentukan multikolinearitas diterapkan Variance Inflation Factor (VIF) sebagai indikator. Saat menjalankan regresi linier dengan lebih dari dua variabel independen, parameter VIF diterapkan untuk menentukan apakah terdapat multikolinearitas. Ketika nilai VIF lebih besar dari 10, terjadi masalah multikolinearitas yang serius.¹⁹

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.²⁰

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menerapkan analisis regresi linier, di mana regresi linier diterapkan untuk mengevaluasi dampak kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan citra merek (X3) terhadap kepuasan konsumen terhadap produk Hijab by Aida. Untuk meningkatkan efisiensi dan menghemat waktu, penerapan program SPSS membantu dalam proses perhitungan penelitian ini.

¹⁸ Fatimah Cahyaningrum, Suhendro Suhendro, dan Anita Wijayanti, "Pengaruh faktor keuangan dan nonkeuangan terhadap return saham dengan kebijakan dividen sebagai variabel mediasi," *Inovasi* 18, no. 2 (2022): 319–25, <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i2.10627>.

¹⁹ Mega Sriningsih, Djoni Hatidja, dan Jantje D Prang, "Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut," *Jurnal Ilmiah Sains* 18, no. 1 (2019): 18, <https://doi.org/10.35799/jis.18.1.2019.19396>.

²⁰ D A N Price et al., "Pengaruh Return on Assets, Return on Equity, Earning Per Share Dan Price To Book Value Terhadap Harga Saham," *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya* 5, no. 1 (2020): 33–49, <https://doi.org/10.35968/jbau.v5i1.377>.

Secara umum, formulasi untuk analisis regresi berganda ialah sebagai berikut:²¹

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

Dimana:

- Y = Kepuasan Konsumen
- α = Konstanta
- X_1 = Kualitas Produk
- X_2 = Kualitas Layanan
- X_3 = Citra Merek
- B = Koefisien regresi variabel bebas (independen)
- e = eror

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Kerusakan korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat bisa muncul karena adanya tingkat korelasi yang tinggi di antara variabel bebas tersebut. Tingkat seberapa besar variasi nilai variabel terikat dapat dijelaskan oleh model regresi diukur dengan nilai R^2 . Semakin tinggi korelasi antara variabel tersebut, nilai koefisien determinasi (R^2) akan semakin mendekati 1.

Koefisien determinasi (R^2) adalah pengukuran utama seberapa baik model dapat menjelaskan variabel-variabel. Rentang nilai koefisien determinasi (R^2) berada antara 0 dan 1 ($0 \leq r^2 \leq 1$). Semakin tinggi nilai R^2 (mendekati 1) menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen sangat kuat, sementara mendekati 0 menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen relatif lemah.²²

b. Uji Parsial (Uji T)

Kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variasi variabel dependen dinilai dengan menggunakan uji statistik t. Untuk menguji hipotesis ini, signifikansi hubungan Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan ditentukan dengan menerapkan uji t. Apabila menerapkan uji-t, kriteria ditetapkan dengan

²¹ Besse Arna Wisudaningsi, Irvana Arofah, dan Konstansius Aji Belang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menerapkan Metode Analisis Regresi Linear Berganda," *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika* 1, no. 1 (2019): 103–17, <https://doi.org/10.32493/sm.v1i1.2377>.

²² Setiawati, "Analisis pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI," *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 8 (2021): 1581–90.

membandingkan tingkat signifikansi nilai t ($\alpha=0,05$), yang dapat dipahami sebagai berikut:

- a) Variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan jika nilai signifikansinya $> 0,05$.
- b) Ketika nilai signifikansinya $< 0,05$, tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel citra merek, kualitas layanan, dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen.²³



²³ Muhammad Aldo Yudita dan Ec Sugiyono, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2021, 1–17.