

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis data menggunakan statistik. Metodologi penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), karena peneliti melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian yaitu Pasar Bintoro Demak. Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian yang dilakukan di lapangan atau masyarakat, yang berarti datanya diambil dari lapangan atau masyarakat.<sup>1</sup>

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yaitu :

1. Data Primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian. Data primer biasanya diperoleh dengan wawancara langsung kepada objek atau dengan pengisian kuesioner (daftar pertanyaan) yang dijawab oleh objek penelitian.<sup>2</sup> Sumber data primer diperoleh dari wawancara dengan kepala Pasar Bintoro dan penyebaran kuesioner atau angket kepada konsumen Pasar Bintoro Demak yang berisi tentang pertanyaan mengenai pengaruh etika bisnis Islam, kelengkapan produk, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Pasar Bintoro Demak).
2. Data Sekunder, merupakan data yang sudah diterbitkan atau digunakan pihak lain. Contohnya data yang diambil dari koran, majalah, jurnal, dan publikasi lainnya.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 8-11.

<sup>2</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 133.

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 133.

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi adalah tempat dilaksanakannya suatu penelitian. dan waktu penelitian adalah jangka waktu lamanya penelitian itu berlangsung. Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Bintoro Demak, Jl. Sultan Fatah, Petengan Selatan, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah 59511. Adapun rencana waktu yang digunakan untuk penelitian ini kurang lebih selama 2 bulan, yang akan dimulai pada bulan Desember.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang berbelanja di Pasar Bintoro Demak. Populasi ini merupakan populasi yang tidak diketahui jumlahnya atau populasi tidak terbatas, karena tidak diketahui secara pasti jumlah sebenarnya dari konsumen yang datang ke Pasar Bintoro Demak.

### 2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian.<sup>5</sup> Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Non probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam *Non probability Sampling* terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel, salah satunya adalah *Insidental Sampling*. *Insidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti sehingga dapat dijadikan sampel, bila dipandang

---

<sup>4</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2016),. 61.

<sup>5</sup> Suharyadi & Purwanto, *Statistika (Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016). 6.

orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>6</sup>

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Pasar Bintoro Demak. Dalam penelitian ini jumlah konsumen Pasar Bintoro Demak tidak diketahui secara pasti, sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan, maka dapat menggunakan rumus Wibisono untuk populasi tidak diketahui,<sup>7</sup> sebagai berikut :

$$N = \left[ \frac{\left(\frac{Za}{2}\right) \cdot \sigma}{e} \right]^2$$

Keterangan :

N = jumlah Sampel

Za/2 = nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96

$\sigma$  = standar deviasi 25%

e = error (batas kesalahan = 5%)

Maka :

$$N = \left[ \frac{\left(\frac{Za}{2}\right) \cdot \sigma}{e} \right]^2$$

$$N = \left[ \frac{1,96 \cdot 0,25}{0,05} \right]^2$$

$$N = \frac{0,2401}{0,0025} = 96,4$$

Dengan demikian, peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95%, bahwa sampel berukuran 96,4 atau dibulatkan menjadi 97. Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 97 responden.

#### D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah uraian tentang batasan variabel yang dimaksud atau apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan.

##### 1. Variabel Bebas (*independen*)

Variabel Bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah etika bisnis Islam, kelengkapan produk, kualitas produk, dan harga.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 65-67.

<sup>7</sup> Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis (Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi)*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 58.

2. Variabel Terikat (*dependen*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>8</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang berbelanja di Pasar Bintoro Demak.

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Etika Bisnis Islam (X1)	Seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jujur dalam takaran.</li> <li>• Menjual barang yang baik mutunya.</li> <li>• Dilarang menggunakan sumpah.</li> <li>• Longgar dan bermurah hati.</li> <li>• Membangun hubungan baik dengan konsumen.</li> <li>• Menetapkan harga yang transparan.</li> </ul>	Skala Likert 1-5
Kelengkapan Produk (X2)	Tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen, produk dibeli oleh	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keragaman produk yang dijual</li> <li>• Variasi produk yang dijual</li> <li>• Ketersediaan produk yang dijual</li> <li>• Macam merk yang</li> </ul>	Skala Likert 1-5

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, 39.

<sup>9</sup> Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*.

	konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu. <sup>10</sup>	dijual	
Kualitas Produk (X3)	Kemampuan produk didalam menjalankan fungsinya dan kualitas produk dapat diukur melalui pendapat konsumen tentang kualitas itu sendiri, sehingga selera pribadi sangat mempengaruhi. <sup>11</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kinerja produk</li> <li>• Kehandalan produk</li> <li>• Fitur / ciri-ciri produk</li> <li>• Daya tahan produk</li> <li>• Kesesuaian produk</li> <li>• Desain produk</li> </ul>	Skala Likert 1-5
Harga (X4)	Sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. <sup>12</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterjangkauan harga</li> <li>• Kesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>• Daya saing harga</li> <li>• Kesesuaian harga dengan manfaat produk</li> </ul>	Skala Likert 1-5
Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian harapan</li> <li>• Minat berkunjung kembali</li> </ul>	Skala Likert 1-5

<sup>10</sup> Jasmi Pratiwi & Tarmizi Gadeng, "Pengaruh Ekspektasi Pelanggan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, 28

<sup>11</sup> Agung Kresnamurti & Ariani Putri, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap LOyalitas Konsumen Pada Produk Oli Federal", 3.

<sup>12</sup> Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran*, 37-39.

	dengan harapannya. <sup>13</sup>	• Kesiediaan merekomendasikan	
--	----------------------------------	-------------------------------	--

**E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

1. Uji Validitas

Uji validitas mengacu pada aspek ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak aspek (dalam arti kuantitatif) suatu aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang, yang dinyatakan oleh skornya pada instrumen pengukur yang bersangkutan. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing – masing variabel, maka dengan *degree of freedom* (df) = n- k, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan alpha 0,05. Apabila nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.<sup>14</sup>

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu tes merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk melihat seberapa skor-skor yang diperoleh akan menjadi sama, jika orang itu diperiksa ulang dengan tes yang sama pada kesempatan berbeda. Beberapa teknik yang sering digunakan untuk menguji reliabilitas adalah stabilitas pengukuran yang diperoleh melalui *test-retest*, *parallel form reliability*, dan konsistensi ukuran yang diperoleh melalui reliabilitas belah dua (*split-half*), koefisien alpha, reliabilitas antar skor. Data dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0,60.<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar”, 13.

<sup>14</sup> Suryani & Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif (Teori & Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: PrenadaMedia Group, 2015), 144.

<sup>15</sup> Suryani & Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, 135.

Perhitungan data reliabilitas akan dilakukan dengan bantuan komputer yaitu program SPSS. Adapun kriteria penilaian uji reliabilitas yaitu:

- a. Apabila cornbach's alpha  $\geq 0,8$ , maka dapat dikatakan kuisisioner tersebut reliabilitas baik.
- b. Apabila cornbach's alpha  $0,6 - 0,79$ , maka dapat dikatakan kuisisioner tersebut reliable (reliabilitas diterima).
- c. Apabila cornbach's alpha  $\leq 0,6$ , maka dapat dikatakan kuisisioner tersebut tidak reliabel.

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Kuesioner, merupakan suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik penelitian yang diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data.<sup>16</sup> Adanya kuisisioner ini dimaksudkan agar peneliti memperoleh data lapangan atau empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Pasar Bintoro Demak, sehingga hasil isian dari responden merupakan tanggapan dan jawaban atas berbagai pertanyaan yang diajukan dalam lembar kuisisioner.

Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan model tertutup, karena jawaban telah tertera dalam angket dan pengukurannya menggunakan skala likert. Skala likert yaitu skala yang berisi 5 tingkat prefensi jawaban.<sup>17</sup>

Alternatif jawaban dengan skala likert, sebagai berikut :

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3

<sup>16</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan)*, (Jakarta: KENCANA, 2014), 199.

<sup>17</sup> Asep Saepul Hamdi & E. Bahruddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 57-59.

TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat tidak Setuju	1

2. Observasi, merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti.<sup>18</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Adapun kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan guna menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data statistik deskriptif.<sup>19</sup>

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel dependent (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi. Uji multikolinearitas dilakukan dengan mencari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) atau *Tolerance Value*. Kedua variabel ini menunjukkan setiap variabel *independent* manakah yang dijelaskan oleh variabel dependent lainnya.

*Tolerance* mengukur variabilitas variabel independent yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan VIF yang tinggi, batasan umum yang digunakan adalah *tolerance* < 0,1 atau nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 145.

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, 147.

<sup>20</sup> Anwar Hidayat, *Tutorial uji Multikolinieritas dan Cara Baca Multikolinieritas*, 16 November 2016. <https://www.statistikian.com/2016/11/uji-multikolinieritas.html>.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan dengan membuat *scatterplot* (alur sebaran antara residual dan nilai prediksi dari variabel terikat yang telah distandarisasi).

Cara menganalisis uji Heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatter plot* dimana :

- a) Jika penyebaran pada *scatterplot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi Heteroskedastisitas.
  - b) Jika penyebaran pada *scatterplot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi Heteroskedastisitas.<sup>21</sup>
- c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal.

Pengujian normalitas pada penelitian ini mengetahuinya dengan cara melihat grafik P-P plot, dengan melihat sebaran titik yang ada. Apabila sebaran titik mendekati atau rapat pada garis lurus (diagonal) maka dikatakan bahwa (data) residual terdistribusi normal, sedangkan apabila sebaran titik-titik tersebut menjauhi garis maka data tersebut tidak terdistribusi normal.<sup>22</sup>

## 2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap

---

<sup>21</sup> Muhammad Iqbal, *Pengolahan Data dengan Regresi Linier Berganda (dengan SPSS)*, Dosen Perbanas Institute Jakarta, 10-11. <https://dosen.perbanas.id/wp-content/uploads/2015/05/Regresi-Linier-Berganda-SPSS1.pdf>

<sup>22</sup> Muhammad Iqbal, *Pengolahan Data dengan Regresi Linier Berganda (dengan SPSS)*, 11.

variabel dependen. Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

H1 :  $b_i = 0$  Analisis Regresi Linear Ganda

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh positif signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H2 :  $b \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ho diterima, apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

Ha diterima, apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$ <sup>23</sup>

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Ho :  $b_1=b_2=b_3=b_4=0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh positif signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha :  $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh positif signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$  dan  $X_4$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Jika ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$  dan  $X_4$ ) adalah besar terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika ( $R^2$ ) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X_1, X_2$  dan  $X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ) semakin kecil. hal ini berarti model yang

---

<sup>23</sup> Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif dan Inferensial*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2010), 74.

digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.<sup>24</sup>



---

74. <sup>24</sup> Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif dan Inferensial*,