

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*).¹ Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.² Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni penelitian dengan angka, dengan data yang berwujud suatu bilangan yang nantinya akan dianalisis menggunakan statistik dalam menjawab hipotesis yang bersifat spesifik, serta untuk memprediksi apakah suatu variabel saling berpengaruh satu sama lain.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

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.⁴ Didapat secara langsung baik dari responden atau narasumber yang bersangkutan.⁵ Data tersebut diperoleh dari jawaban para responden terhadap pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Responden pada

¹Marzuki, *Metodelogi Riset* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), 14.

²Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 5.

³Maskurin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pers & Mibarda Publishing, 2015), 7.

⁴Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, 91.

⁵Deni Damawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 13.

penelitian ini yakni konsumen produk *Jims Honey* yang merupakan mahasiswi IAIN Kudus.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).⁶Data didapatkan dari hasil dokumentasi, publikasi, laporan penelitian dari dinas maupun instansi yang terkait dengan penelitian.⁷ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal, dan media lainnya yang berkaitan dan mendukung penelitian ini. Penulis mendapatkan data dari pengamatan terhadap mahasiswa yang menggunakan produk *Jims Honey*, buku, serta beberapa jurnal penelitian yang mendukung.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapatkan perhatian dengan seksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk daerah atau objek penelitiannya.⁸ Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu.⁹Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi FEBI IAIN Kudus Angkatan 2016 yang pernah atau sedang melakukan pembelian produk *jimshoney*.

Dari hasil observasi, populasi mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus pada tahun 2016 berjumlah 330 mahasiswi, dengan rincian 198 mahasiswi Ekonomi Syariah, 115 mahasiswi Manajemen Bisnis Syariah, dan 17 mahasiswi Manajemen Zakat Wakaf. Jadi jumlah populasi pada penelitian ini adalah 330.

⁶Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 2011), 147.

⁷Deni Damawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 13.

⁸Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), 145.

⁹Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 61.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Dalam menentukan ukuran sampel (sample size) dapat digunakan berbagai rumus statistic, sehingga sampel yang diambil dari populasi benar-benar memenuhi persyaratan tingkat kepercayaan yang diterima dan kadar kesalahan sampel (sampling errors) yang mungkin ditoleransi.¹⁰

Dalam hal ini, cara yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah dengan membagikan kuesioner pada mahasiswi FEBI IAIN Kudus Angkatan 2016 yang pernah atau sedang menggunakan produk *Jims Honey*. Sampel penelitian dalam skripsi ini adalah para mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah, Prodi Manajemen Bisnis Syariah dan Prodi Manajemen Zakat Wakaf.

Kesalahan sampel yang masih ditoleransi menyebabkan peneliti memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian dalam menentukan ukuran sampel. Nilai toleransi dinyatakan dalam presentase missal 10% atau 0,1. Perhitungan sampel menggunakan rumus Solvin:¹¹

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

Keterangan: n : sampel
N : populasi
e : perkiraan tingkat kesalahan

Berdasarkan rumus diatas maka perhitungan sampel yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{330}{1 + 300(0,1)^2} \\ n &= \frac{330}{4,3} \\ &= 76,7 \end{aligned}$$

¹⁰Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*, 150.

¹¹Sofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 62.

Semakin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka semakin kecil peluang kesalahan generalisasi. Dengan perhitungan sampel diatas maka, peneliti membulatkan sampel menjadi 77 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹² Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen (bebas) merupakan variable yang memengaruhi variable lain atau menghasilkn akibat pada variable yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Keberadaan variable ini sabagai variable yang menjelaskan terjadinya focus atau topic penelitian.¹³ Variabel independen dalam penelitian ini adalah:
 - 1) Promosi, sebagai Variabel X1
 - 2) *Brand image*, sebagai Variabel X2
2. Variabel dependen (terikat) merupakan variable yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variable bebas. Keberadaan variable ini sebagai variable yang dijelaskan dalam focus atau topic penelitian.¹⁴ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli sebagai variabel Y.
3. Variable moderating adalah variable yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara variable bebas dengan variable terikat. Variable moderating juga disebut variable bebas kedua dan dipakai dalam analisis regresi linear.¹⁵ Variabel moderating dalam penelitian ini adalah *Lifestyle* sebagai Variabel Z.

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 61.

¹³Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 61.

¹⁴Martono, 61.

¹⁵Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), 47.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana.¹⁶ Definisi operasional variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Promosi (X1)	Promosi merupakan ujung tombak kegiatan bisnis suatu produk dalam rangka menjangkau pasar sasaran dan menjual produk tersebut. Promosi dilakukan untuk produk baik berupa barang maupun jasa dan baik bermerek maupun tidak bermerek. ¹⁷	a. Penjualan tatap muka (<i>personal selling</i>) b. Periklanan (<i>advertising</i>) c. Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>) d. Publicitas (<i>Publicity</i>) e. Hubungan masyarakat	<i>Likert</i>
<i>Brand image</i> (X2)	Citra merek merupakan suatu persepsi yang mencul dibenak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Citra merek juga diartika suatu nama, istilah, symbol, tanda dan desain yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produk dengan para pesaing. ¹⁸	a. Tujuan Merek b. Atribut Merek c. Keuntungan Merek d. Sikap Merek	<i>Likert</i>
<i>Lifestyle</i>	Gaya hidup (<i>lifestyle</i>)	a. Aktifitas	<i>Likert</i>

¹⁶V. Wiratna S, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 77.

¹⁷Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen*, 152.

¹⁸Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planing & Strategi)*, 55.

(X3)	didefinisikan sebagai cara hidup yang dilihat dari bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri. Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. ¹⁹	(Activity) b. Ketertarikan (interest) c. Pendapat (opinion)	
Minat Beli (Y)	Minat yang timbul dari diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Minat beli konsumen merupakan keinginan dari dalam diri konsumsen. Minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. ²⁰	a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat preferensial d. Minat eksploratif	<i>Likert</i>

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dari sampel penelitian, dilakukan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuannya. Metode yang dipilih untuk setiap variabel tergantung pada berbagai faktor terutama jenis data dan ciri responden.²¹

¹⁹Ningsih, *Perilaku Konsumen*, 64.

²⁰Kaller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, 137.

²¹W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 115.

Adapun teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada tugas atau peneliti.²² Angket berisikan pertanyaan atau pernyataan yang mencakup variabel Promosi (X_1), *Brand Image* (X_2), *Lifestyle* (Z), dan Minat Beli (Y). Angket juga disajikan dengan pertanyaan mengenai identitas responden, misalkan nama, umur, pendidikan, gaji atau penghasilan.

Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert* (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subjektif dan diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2. Skala Likert²³

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

G. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validasi rendah. Uji validitas adalah alat yang digunakan

²²M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2017), 133.

²³Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006), 83.

untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.²⁴

Uji signifikansi dapat diketahui dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$, yang mana n merupakan jumlah sampel.²⁵ Rumus korelasi berdasarkan *pearson product moment* adalah:

$$r_b = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

- R_b = Koefisien korelasi
 X = Skor item instrument yang akan digunakan
 Y = Skor semua item instrument data variable
 n = banyaknya sampel

Dalam uji validasi setiap item pertanyaan membandingkan r hitung dengan r table:

- Jika r hitung $>$ r table (*degree of freedom*), maka instrument dianggap valid.
- Jika r hitung $<$ r table (*degree of freedom*), maka instrument dianggap tidak valid. Sehingga instrument tidak dapat dianggap dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten dari waktu-kewaktu. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam

²⁴Masrukin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: DIPA STAIN KUDUS, 2009), 175.

²⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 47.

proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60. Dan jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien < 0,60 maka dikatakan tidak reliabel.²⁶

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.²⁷ Hasil uji normalitas diharuskan terdistribusi normal, karena uji t dan uji F mengasumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.²⁸ Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan:

- a. Metode histogram, yaitu cara untuk melihat normalitas data dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi kurve normal.
- b. Dengan melihat *normal probability plot* yang kemudian membandingkan antara distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis lurus diagonal. Kriterianya adalah jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresinya memenuhi asumsi normal. Sebaliknya jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya tidak akan mengikuti garis diagonalnya, atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.²⁹

²⁶Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS* (Kudus: Media Ilmu Press, 2008), 15.

²⁷Rohmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Grup, 2017), 108.

²⁸Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, "Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen," in *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, 2020, 137.

²⁹Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, 61.

2. Uji Multikolinearitas

Berfungsi untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variable independen pada model regresi. Tidak terjadinya korelasi diantara variable bebas maka dapat dikatakan model regresi tersebut baik. Variable tidak akan membentuk ortogonal apabila variable bebas saling berkorelasi. Variable independen dengan nilai korelasi sama dengan nol antar sesama variable bebas disebut dengan variable ortogonal.³⁰ Untuk mengetahui gejala multikolinearitas ada atau tidak dalam model regresi, penelitian ini menggunakan cara:

a. Nilai Tolerance

Nilai tolerance, nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance $<0,10$.

b. Nilai Variance Inflation Faktor(VIF)

Jika nilai VIF >10 maka terdapat persoalan multikolonieritas diantara variabelbebas. Jika nilai VIF <10 maka tidak terdapat persoalan multikolonieritas diantara bebas.

3. 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 yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

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

³⁰Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, 103.

dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam satu model regresi.³¹

I. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

1. Regresi Linier dengan Moderasi

Moderated regreson analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi kusus regresi linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variable independen) dengan rumus persamaan:

$$Y = a + b_1X + b_2Z + b_3 X Z + e$$

Variable perkalian antara X dan Z disebut juga variable moderator, oleh karena menggambarkan pengaruh oderating variable Z terhadap hubungan Z dan Y. Sedangkan variable X dan Z merupakan pengaruh langsung dari variable X dan Z terhadap Y. XZ dianggap sebagai variable moderator karena $Y = a + b_1 X + b_2 Z + b_3 XZ + e$ $dY/dX = b_1 + b_3Z$.

Persamaan tersebut memberikan arti bahwa dY/dX merupakan fungsi dari Z atau variable Z memoderasi hubungan antara X dan Y.³²

2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variansi variabel terikat. Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.³³

³¹Ghozali, 125.

³²Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data* (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 183.

³³Mudrajad Kuncoro, *Meetode Kuantitatif* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 97.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama - sama).

Kriteria yang digunakan adalah :

- a. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ (H_0 ditolak dan H_a diterima), dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ (H_0 diterima dan H_a ditolak).
- b. Melihat tingkat probabilitas atau signifikan, dimana nilai probabilitas atau signifikan harus lebih kecil dari 0,05 (< 5%), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.³⁴

4. Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilainya yaitu diantara 0 atau 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variable bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel terikat. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.³⁵

³⁴Duwi Prayitna, *Paham Analisa Statistik Dengan SPSS* (Jakarta: Buku Seru, 2010), 67.

³⁵Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, 12.