

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Riset ini membutuhkan data valid dalam menyusun sebuah skripsi. Riset ini, penulis melakukan penelitian jenis *field research* merupakan penelitian terjun ke lapangan untuk memperoleh informasi yang diperlukan oleh peneliti.⁵¹ Pendekatan yang dipakai ialah pendekatan kuantitatif. Pendekatan analisis yang memakai bilangan, sejak dari proses pengumpulan data, analisis data, dan menampilkan data. Analisis pada pendekatan kuantitatif ini menekankan pada analisis numeric yang kemudian dianalisis pada data numeric yang sesuai.⁵²

B. Setting Penelitian

Setting penelitian berisikan mengenai tempat dan waktu penelitian dilaksanakan. Penetapan tempat ditujukan untuk mempermudah obyek yang diangkat menjadi tujuan riset, berakibat persoalan tidak amat besar. Tempat yang akan dilakukan penulis mengambil lokasi pada konsumen yang membeli produk Elzatta Hijab.

C. Sumber Data

Data merupakan kenyataan dan angka yang secara tidak mutlak belum dapat digunakan oleh pengguna. Maka, data harus dirubah terlebih dahulu. Data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data primer. Data yang didapatkan dari sumber pertama, misalkan, individu. Data primer dapat berupa pendapat angket. Semua data ini merupakan data yang masih mentah yang harus diproses sesuai dengan keperluan.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 13.

⁵² Hardani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), 238.

2. Data sekunder. Ialah data primer yang sudah diproses lebih dalam menjadi bentuk, seperti tabel, grafik, diagram, gambar.⁵³ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi, pengamatan pada galeri Elzatta Hijab Kudus.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi riset penulis dimanfaatkan keseluruhan dari anggota suatu wilayah yang menjadi tujuan riset dari obyek riset. Sudut pandang kerumitan objek populasi, bisa dibedakan menjadi populasi homogen (seluruh orang yang menjadi bagian populasi yang mempunyai watak sama antara satu dengan yang lainnya) dan populasi heterogen (seluruhan orang yang menjadi bagian populasi mempunyai watak berbeda dengan bagian populasi yang satu dengan yang lain).⁵⁴ Populasi riset penulis yaitu semua konsumen Elzatta Hijab.

2. Sampel

Pengambilan sampel (*sampling*) merupakan tindakan mencari beberapa komponen seadanya dari populasi, akhirnya riset mengenai sampel dan memahami karakteristik akan membuat penyamarataan sifat komponen populasi.⁵⁵ Total populasi pada riset ini tidak terhingga, maka penetapan nilai sampel dengan rumus Paul Lady:

$$N = \frac{Z^2 \alpha / 2}{4e^2}$$

Penjelasan:

N = Jumlah sampel.

Z = nilai distribusi normal.

e = margin eror.

⁵³ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), 83-84.

⁵⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 147.

⁵⁵ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, 148-149.

Untuk hasil mengira-ngira sampel pada riset ini, maka sampel yang dibutuhkan apabila taraf harapan 95% dan kekeliruan yang potensial timbul 0,10.

Diketahui:

$$\alpha = 0,05 \text{ maka } Z_{0,05} = 1,96$$

$$e = 0,10$$

jawab:

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$= 96,04$$

Jumlah sampel yang dilakukan riset ini adalah 96 penjawab.⁵⁶ Dalam riset ini, sampel yang dipakai peneliti adalah *accidental sampling* (teknik pengambilan contoh berdasarkan ketepatan).⁵⁷

E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel

Variabel analisis merupakan atribut ataupun karakter ataupun kuantitas manusia, yang memiliki obyek memiliki modifikasi spesifik yang diterapkan penulis untuk meninjau dan ditarik sebuah kesimpulan. Analisis penulis memakai dua variabel, antara lain:

- a. **Variabel Independen** ialah variable yang mempengaruhi variable lain. Penelitian ini variabel bebasnya ialah atribut produk islami dan kualitas pelayanan islami.
- b. **Variabel dependen** yakni variable yang dipengaruhi variable lain.⁵⁸ Penelitian ini variabel dependennya ialah kepuasan pelanggan.

⁵⁶ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009), 103-104.

⁵⁷Rini Afrianti dan Zulkifli, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman, *Menara Ilmu XI* Jilid 2, 78 (2017): 157.

⁵⁸ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba empat, 2014), 50.

2. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dalam menjelaskan variable dalam riset ini dibutuhkan definisi operasional yaitu:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variable

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Atribut Produk (X1)	Atribut produk adalah elemen yang dianggap penting didalam sebuah produk untuk dijadikan dasar keputusan pembelian. ⁵⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merchandise (Ketersediaan produk yang beragam dan inovasi yang baru untuk pelanggan) 2. Performance (kinerja suatu produk yang memberikan kenyamanan pelanggan) 3. Kualitas Produk (Kesesuaian kualitas produk dengan harga) 4. Fitur (komponen yang melekat pada suatu produk) 5. Merek (Nama, logo yang melekat pada produk) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan inovasi baru terhadap produk (1 pertanyaan) 2. Memberikan kinerja produk yang nyaman (1 pertanyaan) 3. Memberikan harga sesuai dengan kualitas produk yang diterima (1 pertanyaan) 4. Memberikan fitur yang bagus terhadap pelanggan (1 pertanyaan) 5. Terdapat logo diproduk sehingga mudah diingat (1 pertanyaan) 	<i>Likert</i>

⁵⁹ Aulia Yualiasih, “ Pengaruh Atribut Produk dan Motif Belanja Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Karita Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, No. 4 (2016): 3

Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan adalah perbedaan antara layanan yang dialami atau anggapan pembeli dengan layanan yang diminta pelanggan. ⁶⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reliability</i> (Kinerja yang dapat diandalkan atau akurat) 2. <i>Emphaty</i> (Akses yang mudah, Komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan) 3. <i>Tangibles</i> (Penampilan unsur fisik yang dilihat pelanggan) 4. <i>Responsivences</i> (kecepatan atau ketanggapan) 5. <i>Assurance</i> (Jaminan pelayanan secara profesional) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pelayanan yang bisa diandalkan secara akurat atau dengan pelayanan yang sopan menjaga image sesuai peraturan yang ada (1 pertanyaan) 2. Memahami kebutuhan pelanggan agar terciptanya komunikasi yang baik (1 pertanyaan) 3. Melayani dengan ramah, penampilan yang rapi (1 pertanyaan) 4. Membantu 	<i>Likert</i>
-------------------------	--	--	---	---------------

⁶⁰ Selvy Normasari dkk, “ Pengaruh Kualitas Pleyanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei paa Tamu Pelanggan Yang Menginap di Hotel Pelangi Malang”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 6, No.2 (2013):3.

			<p>pelanggan dan melayani pelanggan seperti mencarikan produk (1 pertanyaan)</p> <p>5. Bersedia memberikan pelayanan yang profesional (1 pertanyaan)</p>	
<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p>	<p>Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari kinerja suatu produk atau harapan-harapannya.⁶¹</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan (pelayanan yang berkualitas) 2. Kualitas produk (tingkat kualitas bahan yang diberikan) 3. <i>Repeat Purchase</i> (keinginan memakai produk berulang) 4. Merekomendasikan Produk (memberikan informasi produk kepada calon pelanggan) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesanggupan untuk memberikan pelayanan yang sesuai keinginan pelanggan (1 pertanyaan) 2. Kemampuan dalam memberikan kualitas bahan (1 pertanyaan) 3. Kesanggupan untuk memakai produk Kembali (1 	<p><i>Likert</i></p>

⁶¹ Woro Mardikawati dan Naili Farida, “ Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Cilacap)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 2, No. 1 (2013): 68

			4. pertanyaan) Bersedia memberikan informasi yang positif terhadap calon pelanggan (1 pertanyaan)	
--	--	--	--	--

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas yang memiliki nama lain seperti shahih, benar. Menurut Ghozali (2018) Uji validitas merupakan menguji sejauh mana kebetulan suatu instrument untuk mengetahui variable penelitian. Jika instrument betul maka akan menghasilkan pengukuran yang betul. Penelitian ini berhubungan dengan responden, maka item-item pertanyaan disusun berdasarkan kriteria yang dirujuk dari teori sehingga dapat menghasilkan instrument yang valid maupun rasional.

Apabila instrumen telah disusun, kemudian disebarkan kepada kelompok responden. Setelah itu instrument dikembalikan maka dapat dilakukan pengujian validitas dengan statistik. Teknik statistic yang digunakan adalah korelasi. Langkah pengujian validitas secara korelasi, sebagai berikut:

- a. Korelasikan skor –skor nomor angket dengan skor total variabel nya.
- b. Jika nilai r yang didapat positif, maka kemungkinan valid.
- c. Meskipun positif, perlu nilai korelasinya yang dihitung signifikan atau tidak. Caranya membandingkan r -hitung serta nilai r tabel. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, oleh karena itu, butir instrument menghasilkan signifikan.⁶²

⁶² Azuar Juliandi, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, (Medan: UMSU Press, 2014), 76-77.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mempunyai nama lain diantaranya seperti kepercayaan, kestabilan. Menurut Ghozali (2011) digunakan untuk menguji konsistensi kuesioner dalam mengukur stabilitas kuesioner jika digunakan dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas mempunyai tujuan, tujuannya adalah untuk melihat instrumen penelitian itu bisa meyakinkan atau bukan. Variabel penelitian memakai instrument stabil dan bisa diyakinkan maka hasilnya dapat mempunyai tingkat percaya yang tinggi. Cara menguji reliabilitas dengan memakai split half, maka cara yang digunakan sebagai berikut:

- a. Belah instrument menjadi dua bagian (instrument yang nomornya ganjil ataupun genap).
- b. Korelasikan skor kuantitas ganjil juga skor kuantitas genap dengan statistic korelasi produk momen (r).
- c. Masukkan nilai korelasi yang didapatkan kedalam rumus *spearman brown*.
- d. Dapat disimpulkan, jika nilai koefesien reliabilitas (*spearman brown*) $\geq 0,60$ hasilnya reliabilitas yang terpercaya.⁶³

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara ialah proses penghimpunan informasi dengan taktik memberi pertanyaan kepada subyek penelitian. Peneliti bisa menggali informasi sebanyak mungkin tentang masalah yang sedang dikaji. Disini penulis gunakan untuk menanyakan struktur organisasi, omzet penjualan perbulan mapun informasi yang diperlukan penulis.

2. Angket

Metode angket yakni teknik penghimpunan data dengan proses menyebarkan sekumpulan persoalan kepada responden supaya responden tersebut memberikan responnya. Tipe pertanyaan yang dilihat cara menjawab penelitian ini menggunakan tipe tertutup. Merupakan

⁶³ Azuar Juliandi, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, 80-81.

tanggapan telah disiapkan oleh penelaah selanjutnya responden siap menentukan.⁶⁴ Kemudian, diukur dengan *skala likert*, skala yang berdasarkan pada perhitungan perilaku informan dalam menjawab berkiatan dengan indikator suatu variabel yang sedang diukur. Dengan pembagian skor sebagai berikut:⁶⁵

Tabel 3.2
Tanggapan Responden

Tanda	Tanggapan Responden	Nilai
STS	Sangat Tidak Sesuai	1
TS	Tidak Sesuai	2
CS	Cukup Sesuai	3
S	Sesuai	4
SS	Sangat Sesuai	5

H. Teknik Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

Menganalisis yang dilakukan untuk menilai apakah didalam hasil sebuah model regresi linier terdapat masalah-masalah uji asumsi klasik. informasi yang benar dan nyata dengan menggunakan cara statistic inferensial membutuhkan peercobaan lebih dahulu terpaut dengan uji asumsi klasik (uji persyaratan) pada bukti yang sudah ada, memiliki tujuan untuk mengerti pemencaran data. Cara pengujian yang digunakan sebagai berikut:⁶⁶

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Bentuk regresi yang bagus maka tidak akan timbul korelasi yang ideal atau mendekati ideal diantara variabel bebas, untuk menemukan tidak terjadi ataupun terjadi multikolinearitas maka mengamati pada perhitungan *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika tidak timbul multikolinearitas maka perhitungan *tolerance* yang rendah serta perhitungan

⁶⁴ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, 140-141.

⁶⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 59-60.

⁶⁶ Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan inferensial Aplikasi Program SPSS dan Excel*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2014), 113.

VIF yang tinggi. Sebaliknya, jika timbul multikolinieritas maka perhitungan *tolerance* < 10 lalu $VIF > 10$.⁶⁷

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan bentuk regresi pada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi yang bagus ialah yang tidak tampak persoalan autokorelasi. Langkah percobaan dengan memakai uji *Durbin-Watson* (DW test).

Pengambilan ketetapan ada tidaknya autokorelasi antara lain:

- 1) Batas atas $< Durbin-Watson < 4$ - batas atas sehingga H_0 diterima, jadi tidak timbul autokorelasi.
- 2) $Durbin-Watson < \text{batas bawah}$ atau $Durbin-Watson > 4 - Durbin-Watson$ sehingga H_0 ditolak, jadi timbul autokorelasi.
- 3) Batas bawah $< Durbin-Watson < \text{batas atas}$ atau $4 - \text{batas atas} < Durbin-Watson < 4 - \text{batas bawah}$, jadi menghasilkan tidak terdapat kesimpulan.

Angka batas atas dan batas atas bisa dilihat pada table statistic *Durbin-Watson*. Misalkan, $n = 15$, lalu $k = 3$, yang didapatkan dari nilai $DL = 0,814$ dan $DU = 1,750$. diperoleh nilai $4-DU = 2,250$ dan $4-DL = 3,186$.⁶⁸

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel dependen serta independennya memiliki nilai distribusi normal atau tidak. Menurut, Ghazali (2007), Jika dilihat dari analisis grafik histogram dan grafik normal P-Plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan distribusi *skewness* ke kiri dan tidak normal. Selanjutnya, pada grafik normal plot data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah

⁶⁷ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: Cv, Andi Offset), 150-154.

⁶⁸ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 172-173.

garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau grafik histogram dan tidak menunjukkan pola distribusi normal maka tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas bisa dilakukan dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari residual dengan menggunakan uji statistic Non-Parametrik Kolmogorov-Smirnov dengan sampel besarnya ≥ 50 atau Shapiro wilk dengan sampel kecil ≤ 50 .⁶⁹

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitan merupakan bentuk regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam uji heteroskedastisitas yaitu:

- 1) Uji glejser dengan cara mengregesikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Bila taraf signifikan variabel independen dengan nilai residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 2) Melihat titik scatterplots regresi, dengan cara melihat grafik scatterplots antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan studentized residual (SRESID), ada tidaknya pola pada grafik scatterplots antara ZPRED dengan SRESID, jika sumbu Y telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $- Y$ sesungguhnya). Dasar pengambilan keputusannya:
 - a) Bila terdapat pola tertentu misal titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang terartu (bergelombang, melebar, menyempit) maka akan timbul heteroskedastisitas.
 - b) Bila tidak ada pola yang jelas misal titik-titik menyebar diatas serta dibawah angka 0 pada

⁶⁹ Azuar Juliandi, dkk., *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*, (Medan: Lomba Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2016), 55

sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷⁰

2. Analisis Data

a. Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2014), Regresi linier berganda yaitu dengan menjumlahkan variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Analisis ini memprediksi nilai dari variabel terikat abila nilai dari variabel bebas mengalami penurunan maupun kenaikan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat berhubungan positif atau negative. Misalkan analisis pengaruh atribut produk islami dan kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Sugiyono (2014) Maka regresi linier berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X₁ = Atribut produk

X₂ = Kualitas pelayanan

B₁, b₂ = Koefesien regresi

e = Variable pengganggu

regresi linier berganda wajib mencukupi dugaan-dugaan supaya nilai koefesien yang tidak menyimpang. Berikut asumsi-asumsinya:

- 1) Variable bebas dan variabel yang tidak bebas memiliki hubungan linier.
- 2) Variable bebas bersifat kontinu.
- 3) Ragam dari perbedaan nilai keadaan dan asumsi harus sama untuk semua nilai asumsi.
- 4) Tidak ada hubungan timbal balik antara variabel independen satu dengan variabel independen yang lain.⁷¹

⁷⁰ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 158-165.

⁷¹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 134-135.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan kepada variabel terikat. Pengambilan keputusan berdasarkan signifikan, jika $< 0,05$ maka H_0 ditolak, dan signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima. Sebab, signifikan uji t kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak.⁷²

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F dimaksudkan untuk mengerti secara berbarengan variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Percobaan memakai taraf signifikan 0,05. Pengambilan keputusan berdasarkan signifikan, bila $< 0,05$ sehingga H_0 ditolak, dan bila signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima. Sebab signifikan uji F kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak.⁷³

d. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016), Penentuan suatu garis regresi ditentukan dengan besar kecilnya koefisien determinasi atau koefisien R^2 (*R Square*). Nilai koefisien R^2 pada analisis regresi berguna untuk menunjukkan ukuran kesamaan garis regresi yang dihasilkan. Jika makin besar nilai R^2 maka makin tinggi penguasaan model regresi yang didapat untuk mengungkapkan suatu keadaan sesungguhnya. Kemampuan pada garis regresi untuk menguraikan variasi yang timbul pada Y ditunjukkan pada besarnya koefisien determinasi. Besarnya koefisien determinasi dilihat pada table output *model summary*.

Kegunaan koefisien determinasi R^2 atau *R square* yaitu: Berfungsi sebagai ketepatan garis regresi yang dibuat dari hasil dugaan terhadap kelompok informasi yang diperoleh saat penelitian dan mengukur besarnya perbandingan dari banyaknya jenis Y yang dijabarkan pada bentuk regresi ataupun menaksir besar kontribusi dari besaran yang dapat diambil salah

⁷² Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 139-142

⁷³ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 137-138.

satu dari suatu yang dijelaskan variabel X terhadap macam besaran tanggapan Y .⁷⁴



⁷⁴ Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Ganda Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 208.