

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik. 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.<sup>1</sup>

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.

Dalam penelitian ini terdapat 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 Tayu dan penyebaran kuesioner atau angket kepada konsumen Pasar Tradisional Tayu Pati yang berisi tentang pertanyaan mengenai pengaruh etika bisnis Islam, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Pasar Tradisional Tayu Pati).

### B. Lokasi Penelitian

Lokasi adalah tempat dilaksanakannya suatu penelitian. dan waktu penelitian adalah jangka waktu lamanya

---

<sup>1</sup> Maskurin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pers & Mibarda Publishing, 2015), 7.

<sup>2</sup> H.M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua, Kencana*, 2005, 133.

penelitian itu berlangsung. Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Tradisional Tayu Pati, Jl. Pasar, Belah Lor, Sambiroto, Tayu, Kabupaten Pati, Jawa Tengah 59155. Adapun rencana waktu yang digunakan untuk penelitian ini kurang lebih selama 2 bulan, yang akan dimulai pada bulan Febuari.

## 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>3</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang berbelanja di Pasar Tadisional Tayu Pati. 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 Tradisional Tayu Pati.

### 2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian.<sup>4</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 orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>5</sup>

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Pasar Tradisional Tayu Pati. Dalam

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 61.

<sup>4</sup> Suharyadi & Purwanto, *Statistika (Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern)* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 6.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 64–65.

penelitian ini jumlah konsumen Pasar Tradisional Tayu Pati tidak diketahui secara pasti, sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan, maka dapat menggunakan rumus Wibisono untuk populasi tidak diketahui,<sup>6</sup> sebagai berikut :

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

Keterangan :

N = jumlah Sampel

Z<sub>α/2</sub> = nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96

σ = standar deviasi 25%

e = error (batas kesalahan = 5%)

Maka :

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

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

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

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, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga.

---

<sup>6</sup> Wibisono, "Riset Bisnis: Panduan Bagi Praktisi Dan Akademisi," in *Riset Bisnis: Panduan Bagi Praktisi Dan Akademisi*, 2008, 58.

2. Variabel Terikat (*dependen*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>7</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang berbelanja di Pasar Tradisional Tayu Pati.

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	Persepsi konsumen atas pelayanan yang mereka dapatkan dengan pelayanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan dan inginkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kehandalan</li> <li>2. Daya tanggap</li> <li>3. Jaminan</li> <li>4. Empati</li> <li>5. Bukti Fisik</li> </ol>	
Kualitas Produk (X2)	Kemampuan produk didalam menjalankan fungsinya dan kualitas produk dapat diukur melalui pendapat konsumen tentang kualitas itu sendiri, sehingga selera pribadi sangat mempengaruhi. <sup>8</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja produk</li> <li>2. Kehandalan produk</li> <li>3. Fitur / ciri-ciri produk</li> <li>4. Daya tahan produk</li> <li>5. Kesesuaian produk</li> <li>6. Desain produk</li> </ol>	Skala Likert 1-5
Harga (X3)	Sesuatu yang diserahkan dalam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> </ol>	Skala Likert 1-5

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 39.

<sup>8</sup> Agung Kresnamurti R.P. and Ariani Putri, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK OLI FEDERAL DI WILAYAH JAKARTA TIMUR (STUDI KASUS PADA BENGGEL RESMI AHASS 2657 DEWI SARTIKA)," *Econosains Jurnal Online Ekonomi Dan Pendidikan*, 2012, 3.

	pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. <sup>9</sup>	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga Kesesuaian harga dengan manfaat produk	
Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. <sup>10</sup>	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	Skala Likert 1-5

#### E. 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.<sup>11</sup> 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 kepetugas atau peneliti. Angket berisikan pertanyaan atau pernyataan yang mencakup variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) Kepuasan Konsumen (Y). Angket juga disajikan dengan pertanyaan

<sup>9</sup> Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, 39.

<sup>10</sup> Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar", 13.

<sup>11</sup> W Gulo, "Metode Penelitian," *Metode Penelitian*, 2002, 115.

mengenai identitas responden, misalkan jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan.

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

**Tabel 3.2. Skala Likert<sup>12</sup>**

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat tidak Setuju	1

## F. Metode Analisis Data

### 1. 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 untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.<sup>13</sup>

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.

<sup>12</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006), 83.

<sup>13</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 175.

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

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>

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

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

## G. 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.<sup>16</sup> Hasil uji normalitas diharuskan terdistribusi normal, karena uji t dan uji F mengasumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan:

- 1) Metode histogram, yaitu cara untuk melihat normalitas data dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi kurve normal.
- 2) Dengan melihat *normal probability plot* yang kemudian membandingkan antara distribusi

<sup>15</sup> Suryani and Hendryadi, 135.

<sup>16</sup> Rohmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Grup, 2017), 108.

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.<sup>17</sup>

## 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.<sup>18</sup> Untuk mengetahui gejala multikolinearitas ada atau tidak dalam model regresi, penelitian ini menggunakan cara:

- 1) Nilai Tolerance  
Nilai tolerance, nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $< 0,10$ .
- 2) Nilai Variance Inflation Faktor(VIF)  
Jika nilai VIF  $> 10$  maka terdapat persoalan multikolonieritas diantara variabel bebas. Jika nilai VIF  $< 10$  maka tidak terdapat persoalan multikolonieritas diantara bebas.

---

<sup>17</sup> Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS* (Kudus: Media Ilmu Press, 2008), 61.

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 103.



### 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 prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam satu model regresi.<sup>19</sup>

## H. 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 moderating 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  $Y = a + b_1 X + b_2Z + b_3 XZ + e$   $dY/dX = b_1 + b_3Z$ .

---

<sup>19</sup> Ghozali, 125.

Persamaan tersebut memberikan arti bahwa  $dY/dX$  merupakan fungsi dari  $Z$  atau variable  $Z$  memoderasi hubungan antara  $X$  dan  $Y$ .<sup>20</sup>

## 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:

- a. Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b. Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>21</sup>

## 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.<sup>22</sup>

## 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilainya yaitu diantara 0 atau 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai

---

<sup>20</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data* (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 183.

<sup>21</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 97.

<sup>22</sup> Duwi Prayitna, *Paham Analisa Statistik Dengan SPSS* (Jakarta: Buku Seru, 2010), 67.

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.<sup>23</sup>



---

<sup>23</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS* 21, 12.