

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penyelidikan ini kategori penelitiannya ialah penyelidikan empiris yaitu penyelidikan yang informasinya didapatkan dari peristiwa yang berlangsung di lapangan.¹ Kemudian penyelidikan ini menerapkan kajian penyelidikan kuantitatif, yakni penyelidikan yang hasilnya mengacu pada angka dan ditelaah dengan memakai pernghitungan guna menjawab rumusan masalah, serta untuk melaksanakan perkiraan jika suatu variabel khusus memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya.²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah tempat generalisasi yang tersusun dari obyek atau subyek yang mempunyai mutu dan ciri khusus yang ditetapkan oleh penulis untuk dikaji dan selanjutnya dibuat hasil akhir.³

Populasi pada penyelidikan ini ialah konsumen di toko monel “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara yang berjumlah 773 orang.

2. Sampel

Sampel ialah unsur dari jumlah dan ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, maka hasil akhirnya akan digunakan untuk populasi. Oleh karena itu sampel yang digunakan mesti benar-benar representatif.⁴ Sampel dalam penyelidikan ini ialah sebagian konsumen di toko monel “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara.

¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34.

² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 7.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), 72.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), 142.

Pengumpulan informasi pada penyelidikan ini memakai angket. Angket adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada informan untuk dijawabnya.⁵ Sedangkan strategi penentuan sampel yang digunakan dalam penyelidikan ini ialah teknik *Sampling Aksidental*, yakni cara pengambilan sampel secara acak yaitu siapapun yang tak sengaja ditemui oleh dan dirasa dapat memberikan informasi, maka bisa dijadikan sebagai sampel.⁶ Untuk menghitung banyaknya sampel yang digunakan, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:⁷

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

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : *margin of error* : 10%⁸

Dari banyaknya populasi tersebut, maka banyak sampel pada penyelidikan ini ialah:

$$n = \frac{773}{1 + 773(0.1)^2} = 88.54$$

Dari hasil penghitungan tersebut, diketahui bahwa jumlah sampel ialah **88.54** dan selanjutnya dibulatkan menjadi **89** responden.

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 156-157.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung.: Alfabeta, 2014), 122.

⁷ Sofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 61.

⁸ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 61.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer ialah informasi yang didapatkan langsung dari responden penyelidikan dengan memakai media ukur atau media pengumpulan informasi langsung terhadap responden sebagai sumber data yang dibutuhkan.⁹ Informasi bisa didapatkan dengan cara memebirakan kuesioner kepada responden secara langsung ataupun dengan jalan melakukan interview kepada informan pedoman wawancara yang telah dibuat.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah informasi yang didapatkan dalam wujud yang telah siap, telah dihimpun dan dianalisa oleh pihak lain, sering kali telah dalam wujud data umum.¹⁰ Dalam hal ini, penulis menemukan data sekunder dengan mengkaji, memahami karya-karya tulis yang ada hubungannya dengan persoalan yang dikaji.

D. Tata Variable Penelitian

Variabel adalah fenomena yang berragam, yang dijadikan sebagai bahan kajian.¹¹ Variabel penelitian pada umumnya ialah semua hal yang berwujud apapun yang ditentukan oleh penyelidik untuk ditelaah sehingga didapatkan wawasan tentang persoalan tersebut, selanjutnya dibuat hasil akhirnya. Adapun variable pada penyelidikan ini ialah:¹²

1. Variable Independen atau Variable Bebas (X)

Variable bebas ialah variable yang mempunyai pengaruh terhadap variable terikat. Pada penyelidikan ini yang menjadi variable bebas ialah kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan inovasi (X_3).

2. Variable Dependen atau Variable Terikat (Y)

Variable terikat ialah variable yang ditimbulkan sebab variable independen. Variable terikat pada penyelidikan ini ialah minat beli konsumen (Y).

⁹Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 101-102.

¹⁰Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 102

¹¹Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kudus: Media Ilmu Press, 6

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 59.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional ialah penjelasan tentang variabel yangb dirangkum berdasarkan karakteristik variable tersebut yang bisa ditinjau.¹³ Variable dan penjelasannya disajikan dalam table berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Poduk	Ciri khas barang atau pelayanan yang berlandaskan pada kecakapannya dalam mencukupi keperluan konsumen yang diterapkan atau diimplementasikan	a. Kinerja b. Ciri khusus c. Mutu kinerja d. Daya tahan e. Pelayanan f. Keindahan. ¹⁴	Likert
Harga	Satu unsur mix marketing yang memperoleh penghasilan dan unsur lain menghasilkan biaya.	a. Ketepatan harga b. Ketepatan harga dan mutu barang c. Kualitas saing harga d. Ketepatan harga dengan kegunaan. ¹⁵	Likert
Inovasi	Suatu tahapan merubah kesempatan	a. Terobosan bahan baku b. Terobosan	Likert

¹³ Saifuddin azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 74.

¹⁴ Nurul Fatmawati dan Euis Saleha, *Konsep Pengendalian Mutu*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 6-7.

¹⁵ Suri Amalia dan M. Aloan Asmara Nst, “Pengaruh Citra merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota langsa”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6, no. 1, (2017), 663.

	menjadi inovasi berkualitas yang dapat dijual.	menggunakan strategi c. Terobosan dengan pemakaian alat d. Terobosan dengan pengembangan pekerja ¹⁶	
Minat Beli	Sebuah kondisi yang menggambarkan konsep konsumen untuk membeli beberapa item dari merek khusus pada masa yang ditetapkan.	a. Kinginan transaksional b. Kinginan refrensial c. Kinginan prefrensial d. Kinginan eksploratif. ¹⁷	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penghimpunan informasi yang diterapkan pada penyelidikan ini ialah:

1. Dokumentasi

Dalam teknik dokumentasi, peneliti meneliti berragam dokumen-dokumen tertulis seperti buku-buku, majalah, dan lainnya.¹⁸ Teknik ini diterapkan untuk mendapatkan informasi pendukung yang berhubungan dengan toko monel “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara, jumlah konsumen, serta data lain yang mendukung.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah strategi penghimpunan informasi yang dilaksanakan dengan jalan mengajukan serangkaian

¹⁶ Made Mahayu Julina, “Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran Pada Fashion Retail di Kota Denpasar,” *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6, no. 9 (2017), 5018.

¹⁷ Menurut Ferdinand sebagaimana dikutip dalam *Adityalaksana26.blogspot.com/2015/03/pengertian-minat-beli-dan-faktor-faktor,html?m=1*, di akses pada tanggal 01 September 2019 pukul 19.45 wib.

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 131.

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada informan untuk dijawab.¹⁹ Pada penyelidikan ini kuesioner dibuat dengan pernyataan khusus yang mengharapkan responden untuk memilih satu opsi jawaban dari masing-masing pernyataan yang disediakan.²⁰

Penyelidikan ini memakai strategi survey dengan menerpakan *skala likert* yang akan dihitung dan diuraikan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator digunakan sebagai landasan untuk membuat poin-poin kuesioner yang bisa berbentuk pernyataan atau pertanyaan. Jawaban masing-masing kuesioner yang memakai *skala likert* memiliki tingkatan dari yang paling positif sampai paling negatif.

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sangat Setuju | = skor 5 |
| 2. Setuju | = skor 4 |
| 3. Netral | = skor 3 |
| 4. Tidak Setuju | = skor 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju | = skor 1 ²¹ |

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas ialah rancangan yang berhubungan dengan sejauh mana tes dapat menghitung apa yang seharusnya dihitung. Jadi instrument bisa dikatakan sebagai instrument yang valid apabila instrument yang diterapkan dapat menghitung sesuatu yang seharusnya dihitung. Uji validitas yang dipakai ialah uji validitas instrumen. Pengujian validitas instrumen dilaksanakan dengan jalan mengaitkan antara nilai item dengan nilai keseluruhan item. Dari perhitungan tersebut dapat diperoleh hasil yang dapat menunjukkan apakah suatu item pantas untuk dipakai atau tidak.

Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen, biasanya dilaksanakan dengan uji signifikansi koefisien korelasi pada derajat signifikansi 0,05, maknanya suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki hubungan

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 199.

²⁰ Suliyanti, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 140.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 133.

yang signifikan dengan nilai keseluruhan. Suatu instrumen pada suatu variabel dikatakan valid jika r -hitung $>$ dari r -tabel.²²

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas diterapkan guna mengetahui instrumen yang digunakan menunjukkan nilai yang sama apabila diujikan pada suatu golongan yang sama pada masa dan kondisi yang berlainan. Untuk pengujian biasanya memakai dasar pengambilan keputusan tertentu yaitu 0,7. Reliabilitas kurang dari 0,7 dinyatakan kurang baik, sedangkan 0,7 bisa diterima dan diatas 0,8 ialah baik.²³

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud untuk membuktikan apakah dalam bentuk komparatif, variabel terikat dan variabel bebas sama-sama mempunyai pembagian normal atau tidak.²⁴ Uji normalitas juga bermaksud untuk memahami pembagian data dalam variabel yang akan dipakai untuk penyelidikan. Instrumen yang baik dan pantas dipakai dalam penyelidikan ialah instrumen yang mempunyai pembagian data normal atau hampir normal. Distribusi data yang baik ialah data yang memiliki bentuk seperti lonceng, yaitu tidak memiliki kecondongan ke kiri atau ke kanan dan keruncingan kekiri atau ke kanan.²⁵

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan guna mengetahui apakah ada keterkaitan atau tidak antar variabel bebas.²⁶ Bentuk regresi yang layak pasti tidak terdapat hubungan di

²²Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 90-91.

²³ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 97.

²⁴Masrukhin, *Statistik Inferensial*, Kudus: Media Ilmu Press, 2008, 187

²⁵ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 187.

²⁶ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 81.

antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkaitan, maka tidak membentuk variabel ortogonal.²⁷

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mengetahui perbedaan variance residual yang terjadi pada suatu masa penyelidikan ke masa penyelidikan yang lain. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada sebuah metode, bisa dilakukan dengan bentuk gambar Scatterplot. Regresi dikatakan tidak memiliki heteroskedastisitas apabila data berhamburan di atas dan di bawah atau di dekat angka 0, data tidak berkerumun hanya di atas atau di bawah saja, pembauran data tidak berpola.²⁸

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara residual pada satu penelitian dengan penelitian lainnya. Syarat yang harus dipenuhi ialah tidak adanya autokorelasi pada model regresi. Model pengujian memakai uji Durbin-Watson (uji DW) dengan syarat sebagai berikut:

- a. Apabila d lebih kecil dari dl atau lebih besar dari $(4-dl)$, maka hipotesis nol tidak diterima, yang maknanya ada autokorelasi.
- b. Jika d berada antara du dan $(4-du)$, maka hipotesis nol diterima, yang artinya tak terdapat autokorelasi.
- c. Jika d berada antara dl dan du atau diantara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka tak membentuk hasil akhir yang pasti.

Nilai du dan dl bisa didapatkan dari tabel statistik Durbin Watson yang berlandaskan pada banyaknya pengamatan dan banyaknya variabel yang menjelaskan.²⁹

²⁷ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 180.

²⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 159-160.

²⁹ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 87.

I. Analisis Data

1. Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya variabel terikat jika besarnya variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:³⁰

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

Dimana:

- Y = kinerja karyawan
- A = konstanta
- X₁ = lingkungan kaerja
- X₂ = disiplin kerja
- b₁, b₂ = koefisien regresi untuk variabel X₁, X₂
- e = *standart error estimate*

Rumus Hipotesisnya

H₀ : b₀ = b₁ = b₂ = 0 ; Tidak ada hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

H₀ : b₀ ≠ b₁ ≠ b₂ ≠ 0 ; Ada hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui presentase pengaruh variable bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.³¹

3. Uji t parsial

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilaksanakan dengan menganalogikan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan syarat sebagai berikut :

- a. Jika -t_{hitung} < -t_{tabel} atau t_{hitung} > t_{tabel} maka Ho tidak diterima.
- b. Jika -t_{tabel} ≤ t_{hitung} ≤ t_{tabel} maka Ho diterima.

³⁰ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 61.

³¹Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 66.