

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dalam situasi alamiah akan tetapi didahului oleh semacam intervensi (campur tangan) dari pihak peneliti terhadap situasi di lapangan.¹

Menurut Sugiyono mendefinisikan objek penelitian sebagai berikut: “penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu)”.²

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang dihubungkan, yang terdiri dari tiga variabel independen yaitu etika bisnis Islam (X1), inovasi produk (X2), kualitas produk (X3) dan satu variabel dependen yaitu kinerja pemasaran (Y).

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode peneliti kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas, suatu obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan

¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset, 2001), 21.

² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010), 76.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 8.

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁴ Populasi (*universe*) merupakan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang diteliti sebagai bahan penelitian. Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.⁵ Penelitian kali ini populasinya adalah pengusaha UKM Hijab Kalinyamatan yang berjumlah 65 responden.

Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh, yaitu teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.⁶ Total sampel yang digunakan adalah 65 responden.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara satu dengan variabel yang lain, maka penelitian ini menggunakan variabel antara lain:⁷

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini

⁴ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 55.

⁵ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2016), 223.

⁶ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 60.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 32.

yang menjadi variabel bebas yaitu variabel tentang etika bisnis Islam (X1), variabel inovasi produk (X2) dan variabel kualitas produk (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat atau bisa dikatakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kinerja pemasaran UKM Hijab Kalinyamatan (Y).

D. Variabel Operasional

Variabel-variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.1 Variabel Operasional

Varibel	Definisi	Indikator	Skala
Etika bisnis Islam	Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al-Qur'an dan hadits, yang bertumpu pada 6 (enam) prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan dan keadilan. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan informasi yang benar mengenai karakteristik produk 2. Menjaga kepercayaan konsumen dengan menjual produk yang berkualitas 3. Karyawan dengan tulus membantu memilihkan baju bagi konsumen 4. Menjaga persaudaraan dengan mensponsori kegiatan keagamaan seperti pengajian 5. Kesatuan (<i>Tauhid/Unity</i>) 	<i>Likert</i>

⁸ Nerdin dan Alifah Ratnawati, "Tingkat *Customer Loyalty* Berbasis *Islamic Buisness Ethic* Dan *Brand Image*", *Jurnal CBAM*, Vol. 2 No. 1 (2015): 384.

Varibel	Definisi	Indikator	Skala
		6. Keseimbangan (Keadilan/ <i>Equilibrium</i>) 7. Kehendak Bebas (<i>Ikhtiyar/Free Will</i>) 8. Pertanggungjawaban (<i>Responsibility</i>) 9. Ihsan	
Inovasi produk	Inovasi produk merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan metode dan alat, serta peningkatan kemampuan tenaga kerja untuk mengurangi barang-barang dalam keadaan cacat agar mampu meningkatkan kualitas. ⁹	1. Keunikan 2. Kualitas 3. Multi fungsi	<i>Likert</i>
Kualitas produk	Kualitas produk merupakan kekuatan produk di benak konsumen dan dapat bersaing di pasar. ¹⁰	1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Keragaman Produk (<i>Features</i>) 3. Kehandalan (<i>Reliability</i>) 4. Kesesuaian	<i>Likert</i>

⁹ Haryono dan Marniyati, “Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing”, 61.

¹⁰ Kasmiruddin, “Pengaruh Kualitas Produk dan Pengembangan Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kerajinan Kecil Rotan di Kecamatan Rumbai Pesisir”, *Jurnal Aplikasi Bisnis* 7, no. 1 (2016): 15.

Varibel	Definisi	Indikator	Skala
		(Conformance) 5. Daya Tahan/Ketahanan (Durability) 6. Kemampuan Pelayanan (Serviceability) 7. Estetika (Aesthetics) 8. Kualitas yang Dipersepsikan (Perceive Quality).	
Kinerja Pemasaran	Kinerja pemasaran merupakan pertumbuhan penjualan yang didasarkan pada sejauh mana perusahaan mampu mempertahankan konsumen yang ada atau menambah jumlah konsumen yang baru. ¹¹	1. Pertumbuhan Penjualan 2. Pertumbuhan Pelanggan 3. Volume Penjualan. 4. Kinerja (Performance) 5. Keragaman Produk (Features)	Likert

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini membahas tentang pengaruh etika bisnis Islam, inovasi produk, dan kualitas layanan syariah terhadap kinerja pemasaran. Sesuai permasalahan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*. Adapun teknik pengumpulan data, penulis gunakan untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

¹¹ Aulia Arief Nasution, “Analisis Kinerja Pemasaran PT Alfa Scorpil Medan”, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* 14, no. 1 (2014): 3.

1. Metode Observasi

Metode observasi adalah pengumpulan data dengan melihat langsung, mendengar, dan mengamati objek yang akan diteliti dan dipergunakan untuk menyesuaikan data yang diperoleh.¹² Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati pengusahaan UKM Hijab Kalinyamatan.

2. Metode Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk mendapatkan keterangan-keterangan melalui penyebaran angket/kuesioner dan berhadapan muka dengan orang dapat memberikan keterangan kepada penulis¹³. Angket diberikan kepada pengusahaan UKM Hijab Kalinyamatan.

Angket didesain dengan pertanyaan terbuka, yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, penghasilan. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisis jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup. Dalam metode *survey* didesain dengan menggunakan skala *likert* (*Likert Scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan untuk mendapatkan data yang bersifat subjektif dan diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Perbandingan

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

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, 2008

¹² Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 115.

¹³ Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, 132.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku surat kabar, majalah dan sebagainya. Penulis mengumpulkan data dari buku-buku yang tersedia di perpustakaan, skripsi, jurnal, dan lain-lain.¹⁴

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

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

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian.¹⁵

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel dan handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji yang akan digunakan peneliti adalah dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.¹⁶

¹⁴Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, 136.

¹⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 90.

¹⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 98.

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam menggunakan teknik analisis regresi, perlu menguji asumsi dalam datanya, yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.¹⁷

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas berarti bahwa antar variabel independen atau variabel dependen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya:¹⁸

- 1) Dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.
- 2) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
- 3) Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan kepengamatan yang lainnya. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel independen. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel independen. Pengujian terhadap adanya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pengujian

¹⁷ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 71.

¹⁸ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 81.

korelasi *rank spearman*, yaitu dengan mengkorelasikan nilai absolut residual dengan seluruh variabel independen. Deteksi adanya heteroskedastitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig. (2-tailed) $\leq \alpha = 0,05$ berarti terkena heteroskedastitas.
- 2) Jika nilai Sig. (2-tailed) $> \alpha = 0,05$ berarti bebas heteroskedastitas.¹⁹

3. Uji Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel²⁰ :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

- X1 = Etika bisnis Islam
- X2 = Inovasi produk
- X3 = Kualitas produk
- Y = Kinerja Pemasaran
- b = Intersep
- e = Faktor Pengganggu

b. Uji t Parsial

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1, X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus hitung pada analisis regresi adalah:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i = koefisien regresi variabel i

¹⁹Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 83-84.

²⁰Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 112.

S_{bi} = standar eror variabel i

Hasil uji t dapat dilihat pada *output Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda.

Kriteria pengambilan minat yaitu:²¹

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$ maka H_0 diterima.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²²

²¹Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68.

²²Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 83.