

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Arikunto mengemukakan pandangannya bahwa penelitian lapangan adalah sebuah penelitian atau studi yang diselenggarakan secara tertata dengan menggali data yang ada dilapangan (Arikunto, 2020, hal. 58)

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan untuk mengukur variabel bebas dan terikat dengan angkaangka yang diolah melalui analisis statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih oleh peneliti untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, design dan islamic branding terhadap keputusan pembelian pakaian muslim di Toko Al-Zahra Kelayan A Kota Banjarmasin.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Toko Al-Zahra, beralamat di Jalan Kelayan A Rt. 02 Rw. 01 Kelurahan Kelayan Dalam Kecamatan banjarmasin Selatan Kota Banjarmasin.

Pemilihan Toko Al-Zahra Kelayan A Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, toko ini merupakan salah satu pusat penjualan busana muslim yang cukup dikenal di wilayah Kelayan A dan memiliki jumlah pelanggan tetap yang relatif banyak. Kedua, produk yang

ditawarkan Toko Al-Zahra memiliki variasi desain yang mengikuti tren mode terkini, sekaligus menampilkan nuansa Islamic branding secara konsisten dalam setiap lini produknya. Ketiga, keberadaan toko ini di kawasan padat penduduk dengan mayoritas muslim memungkinkan peneliti menjangkau konsumen yang relevan dengan tujuan penelitian, khususnya dalam hal gaya hidup dan preferensi berbusana syar'i.

D. Subjek dan objek penelitian

1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah semua konsumen yang datang ke Toko Al- Zahra

2. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pengaruh gaya hidup, desain, dan Islamic Branding terhadap keputusan pembelian pakaian muslim ditoko al- zahra kelayan a kota banjarmasin.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.(Sugiyono, 2015, hal. 80) Dalam penelitian ini, populasi tidak diketahui jumlahnya, dikarenakan populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli pakaian Al-zahra di kelayan a kota banjarmasin. Sementara konsumen yang pernah membeli di toko Al-zahra ini tidak terbatas

jumlahnya sebab konsumennya tidak hanya berada di Kelayan A, tapi juga di luar Kelayan.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli pakaian muslim di Toko AlZahra Kelayanan A Kota Banjarmasin yaitu sebanyak 80 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi atau dalam istilah matematika dapat disebut sebagai himpunan bagian atau subset dari populasi data (Sugiyono, 2019, hal. 123). Arikunto menyatakan bahwa “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti”. Teknik penarikan sampel penelitian ini adalah accidental sampling.

Roscoe memberikan saransaran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel

penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.

- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan Rescoe untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, yaitu menggunakan analisis multivariate (regresi ganda) yang jumlah anggota sampel dikali dari jumlah yang diteliti. Penelitian ini memiliki 4 variabel, yaitu 1 variabel dependen (keputusan pembelian) dan 3 variabel independen (gaya hidup, desain dan islamic branding). Dari 4 variabel tersebut akan diambil masing-masing 20 sampel, sehingga $20 \times 4 = 80$. Jadi, jumlah sampel yang digunakan yakni 80 orang.

F. Data dan Sumber Data

1. Data

Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri secara langsung dari objek diteliti. Data sekunder ialah data yang di kumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya, literature seperti buku, jurnal, artikel, dll.

2. Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Responden, yaitu orang yang memberikan tanggapan ataupun jawabannya atas pertanyaan atau pernyataan yang diajukan. Responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli pakaian di Toko Al- Zahra.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab data (Sugiyono, 2019, hal. 199).

H. Instrumen Penelitian

Kuesioner yang disebarkan kepada responden berisi sejumlah daftar pertanyaan secara tertulis untuk memperoleh informasi dari responden dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sarjono dan Julianita skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, di mana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menjadikan item-item pertanyaan (Sarjono & Julianita, 2018, hal. 67). Skala likert mempunyai tingkatan dari sangat positif menjadi sangat negatif, biasanya menggunakan kata-kata berupa sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skala likert dengan empat alternatif jawaban dirasakan sebagai hal yang paling tepat. Jika menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban atau lebih, maka akan membuat hasil menjadi rancu, karena dalam kenyataannya dilapangan, sebagian besar responden akan memilih jawaban netral, dan sangatlah sulit memberikan kriteria penilaian pada jawaban netral. Dalam penelitian ini para responden diminta memberikan jawaban dengan tanda silang (X) atau tanda centang (✓) pada jawaban yang dipilih, di mana:

1. Jawaban sangat setuju diberi skor 1
2. Jawaban setuju diberi skor 2
3. Jawaban cukup setuju diberi skor 3
4. Jawaban tidak setuju diberi skor 4
5. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 5

Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait dengan gaya hidup, design dan islamic branding serta keputusan pembelian

pakaian muslim di Toko Al-Zahra Kelayan A Kota Banjarmasin. Lebih jelasnya mengenai instrumen dalam penelitian ini dapat dilihat pada kisi-kisi berikut ini:

Tabel 3.1 Instrumen Kuosioner

Variabel	Indikator	Item pertanyaan	Skala Ukur
Gaya Hidup (X1)	Kegiatan (activities)	- Sudah terbiasa membeli pakaian di toko ini - Terbiasa membeli pakaian dengan merek tertentu	Skala Likert
	Minat (Interest)	- Sangat gemar dengan segala hal berkaitan dengan fashion - Menyukai barang-barang branded - Memprioritaskan kebutuhan pribadi	
	Opini (Opinion)	- Selalu merencanakan apa yang akan dilakukan di kemudian hari	

		- Memandang masalah ekonomi sebagai sesuatu yang penting	
Desain (X2)	Ciri-ciri	- Pakaian di toko ini designnya sangat islami	Skala Likert
	Mutu Kesesuaian	- Pakaian yang di jual di toko ini sesuai dengan harapan	
	Daya uji	- Pakaian di toko ini memiliki bahan yang berkualitas - Pakaian di toko ini memiliki daya tahan kuat	
Islamic Branding (X3)	Islamic brands by complience	- Pakaian di toko ini diproduksi oleh negara muslim	Skala Likert
	Islamic brand by origin	- Pakaian yang dijual merupakan brand dari negara islam yang sudah terkenal	
	Islamic brand by customer	- Pakaian memiliki jaminan terbuat dari bahan hala	

Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan produk	- Toko menjual berbagai jenis produk fashion - Toko menyediakan pakaian dalam berbagai ukuran - Toko menyediakan berbagai dalam berbagai warna	Skala Likert
	Pilihan merek	- Toko menyediakan pakaian dengan berbagai merek	
	Waktu pembelian	- membeli pakaian tanpa ada jadwal tertentu	
	Jumlah pembelian	- biasanya hanya membeli 1 pakaian saja	
	Metode pembayaran	- toko menerima pembayaran secara tunai - toko menerima pembayaran melalui QRIS	

Sumber : Data diolah tahun 2025

I. Teknik Analisa Data

Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis diskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode penelitian yang bersifat menggambarkan kenyataan atau fakta sesuai dengan data yang diperoleh dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas nasabah, rasionalitas nasabah dan keputusan bertransaksi (Sugiyono, 2019, hal. 76).

Guna mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, maka diperlukan pengujian, yaitu:

1. Uji Validitas

Data Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2019, hal. 172). Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket tertutup dengan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Setiap jawaban diberi skor terlebih dahulu. Untuk mengukur tingkat validitas, tiap butiran angket digunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut (Arikunto, 2020, hal. 213) :

Keterangan: r_{xy} = Angka indeks korelasi “r” atau product moment

N = Number of cases

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y

$\sum X$ = Jumlah seluruh skor X

$\sum Y$ = Jumlah seluruh skor Y

Suatu instrumen dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid sehingga tidak dapat dipergunakan dan dihilangkan dalam analisis. Alasan digunakan rumus tersebut adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan sebuah instrumen. Pengujian validitas item dengan korelasi pearson yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total item, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (Priyatno, 2017, hal. 51). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
 - 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig.0,05) maka instrumen atau itemitem pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) harus di buang karena harga r_{hitung} untuk butir-butir soal tersebut lebih kecil dibandingkan r_{tabel} .
2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas itu berkaitan dengan konsistensi skor, artinya kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis Scale. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji

reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada output statistic, apabila nilai cronbach alpha di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno, 2017, hal. 98).

3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Santoso, 2018, hal. 358).

Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji Normalitas Data, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Data Uji normalitas berguna pada tahap awal dalam metode pemilihan analisis data. Adapun ketentuan dalam uji normalitas data adalah:

- 1) Jika data normal, maka digunakan statistik parametrik,
- 2) Jika data tidak normal, gunakan statistik nonparametrik.

Tujuan uji normalitas data ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian ini diperlukan karena untuk melakukan uji

t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Erlina & Mulyani, 2018, hal. 103). Cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual mengikuti berdistribusi normal atau tidak adalah dengan analisis grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, demikian sebelumnya. Menurut Ghazali cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S)” (Ghozali, 2016, hal. 115). Uji K-S dibuat dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Bila $\text{sig} > 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$, berarti distribusi data normal (H_0 diterima), sebaliknya bila $\text{sig} < 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$, berarti distribusi data tidak normal (H_a diterima). Distribusi yang melanggar asumsi normalitas dapat dijadikan menjadi bentuk normal dengan berbagai cara sebagai berikut :

1) Transformasi data

Transformasi data dapat dilakukan dengan logaritma natural ($\ln$), log 10, maupun akar kuadrat. Jika ada data yang bernilai negatif, transformasi data dengan log akan menghilangkannya sehingga sampel (n) akan berkurang.

2) Trimming

Trimming adalah membuang (memangkas) observasi yang bersifat outlier, yaitu yang nilainya lebih kecil dari $\mu - 2\sigma$ atau lebih besar dari $\mu + 2\sigma$. Metode ini juga akan mengecilkan sampelnya.

3) Winzoring

Winzoring mengubah nilai - nilai outliers menjadi nilai - nilai minimum atau maksimum yang diizinkan supaya distribusi menjadi normal. Nilai - nilai observasi yang lebih kecil dari $\mu - 2\sigma$ akan diubah nilainya menjadi $\mu - 2\sigma$ dan nilai - nilai yang lebih besar dari $\mu + 2\sigma$ akan diubah menjadi $\mu + 2\sigma$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variabel residual tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali, 2016, hal. 105). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID).

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel independen

dengan nilai residualnya. Dasar yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016, hal. 91). Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dan Toleransinya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- 1) Menganalisis matrik korelasi variabel – variabel independen, jika di antara variabel independen ada korelasi yang cukup

tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.

- 2) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation faktor (VIF), nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 1

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, 2019, hal. 275):

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Gaya Hidup

X2 = Design

X3 = Islamic Branding

e = Penambahan variabel bebas

b. Uji T

Uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016, hal. 95). Pengujian secara parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini. Cara pengujian parsial terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji F

Uji F digunakan menguji signifikansi pengaruh variabel X secara terhadap Y secara bersama-sama dengan formulasi sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Berdasarkan dasar signifikan, kriterianya adalah :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka signifikan.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka tidak signifikan.