

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan lebih tepat jika dilakukan pada pendekatan kuantitatif karena mempunyai tujuan untuk mengukur pengaruh Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah pada Preferensi Konsumen yang dikumpulkan dapat berupa angka-angka atau skor yang bisa dianalisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif akan mungkin pengujian hubungan diantara variabel-variabel itu (Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah dan Preferensi Konsumen) secara objektif dan sistematis.

Metode pada penelitian ini adalah membagikan kuesioner untuk mengumpulkan data dari konsumen yang membeli produk di Kawasan Lapangan Dwi Warna, Kota Barabai, dengan mengajukan pertanyaan terkait pengaruh prinsip syariah terhadap preferensi mereka di dalam memilih produk.

2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua pendekatan, yaitu:

- a. Pendekatan deskriptif mempunyai tujuan untuk memberi penggambaran kondisi atau situasi yang ada di lapangan, pada hal ini pengaruh prinsip syariah terhadap preferensi konsumen di dalam memilih produk. Pada pendekatan ini, peneliti bisa mendeskripsikan bagaimana prinsip syariah

memengaruhi preferensi konsumen saat berbelanja di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.

- b. Pendekatan kausal digunakan untuk memberi penjelasan hubungan sebab-akibat antara variabel yang diteliti. Dalam hal ini, penelitian mempunyai tujuan sebagai mengetahui sejauh mana pengaruh prinsip syariah terhadap preferensi konsumen. Pendekatan kausal akan mungkin peneliti untuk melakukan uji hipotesis, misalnya apakah prinsip syariah mempunyai pengaruh terhadap preferensi konsumen di dalam memilih produk.

B. Lokasi Penelitian

Adapun Lokasi dari penelitian ini di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, dengan membagikan angket kepada konsumen yang pernah berbelanja pada penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna di Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Produk yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu produk-produk halal yang diperjual belikan di kawasan tersebut, meliputi produk makanan dan minuman, fashion, wahana permainan anak-anak yang ditawarkan oleh para pedagang kaki lima dan pelaku UMKM di Kawasan Lapangan Dwi Warna.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari semua unsur yang perlu dikaji mempunyai ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. (Handayani, 2020) Populasi pada penelitian

ini adalah masyarakat umum yang pernah atau sering berbelanja produk di Kawasan Lapangan Dwi Warna, Kota Barabai.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari suatu populasi dengan sifat-sifat yang serupa. Sampel terdiri dari beberapa individu yang diambil dari populasi dan representatif terhadap seluruh populasi.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik penarikan sampel yang dijalankan dalam penelitian ini menerapkan pendekatan *Non-Probability Sampling* melalui metode sampling insidental (*incidental sampling*). Secara metodologis, *incidental sampling* diartikan sebagai prosedur penentuan sampel yang didasarkan pada unsur kebetulan atau spontanitas di lapangan. Melalui pendekatan ini, siapa pun yang secara kebetulan berpapasan atau ditemui oleh peneliti di lokasi riset bisa diakomodasi sebagai sampel, dengan catatan jika subjek yang dijumpai tersebut memenuhi kriteria terbuka dan dinilai mempunyai kapasitas serta kelayakan untuk bertindak sebagai narasumber atau sumber data yang sah.

Mengingat ukuran populasi target tidak bisa diidentifikasi secara pasti atau jumlahnya tidak terbatas (*unknown population*), kalkulasi besaran sampel dalam penelitian ini ditentukan secara matematis menggunakan formula *Lemeshow*. Rumus *Lemeshow* dijalankan secara spesifik sebagai instrumen untuk mengalkulasi dan menetapkan ambang batas jumlah minimal sampel yang representatif pada sebuah desain riset kuantitatif yang dicirikan oleh ketidakpastian totalitas jumlah populasi induksinya.

Rumus Lemeshow yang dipakai yaitu sebagai berikut:

$$n = Z^2 \times P (1-P) / d^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = skor Z pada tingkatan kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error 10%

Berikut perhitungannya:

$$n = (1,96)^2 \times 0,5 (1-0,5) / (0,10)^2$$

$$n = 3,8416 \times 0,25 / 0,01$$

$$n = 96,04$$

Pada hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 responden. Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 96 responden.

Adapun kriteria khusus sample pada penelitian ini yaitu:

1. Konsumen yang pernah berbelanja produk yang dijual di Kawasan Lapangan Dwi Warna, Kota Barabai
2. Konsumen yang memperhatikan kualitas produk.
3. Konsumen yang memahami prinsip syariah.
4. Konsumen yang pernah membeli produk halal seperti makanan, minuman, fashion, atau kosmetik di Kawasan Lapangan Dwi Warna.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Desain penelitian ini mengoperasionalkan pendekatan berbasis data kuantitatif, yang diartikan sebagai jenis data ilmiah yang direpresentasikan dalam bentuk struktur angka, numerik, atau bilangan yang bisa diolah secara statistik. Dalam klasifikasi metodologi penelitian, data kuantitatif didistribusikan ke dalam empat klaster skala pengukuran utama, yakni data nominal, data ordinal, data interval, dan data rasio. Konteks operasional dalam riset ini secara spesifik mengombinasikan fungsionalisasi data nominal dan data ordinal sebagai instrumen analisisnya. Data nominal diaplikasikan secara eksklusif untuk memetakan variabel kategorikal tanpa tingkatan, seperti pada instrumen pertanyaan mengenai karakteristik jenis kelamin responden. Sementara itu, data ordinal diimplementasikan pada item pertanyaan atau indikator riset inti guna menangkap gradasi preferensi subjek, yang mana tingkat respon tersebut selanjutnya diukur dan ditransformasikan menjadi data terstruktur menggunakan penskalaan Skala Likert.

2. Sumber Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini bersandar pada fungsionalisasi data primer sebagai pilar sumber data utama. Secara metodologis, data primer diartikan sebagai entitas informasi empiris yang diakuisisi secara langsung oleh peneliti dari sumber orisinal atau subjek amatan di lapangan tanpa melalui perantara pihak ketiga. Karakteristik dari data primer ini

sering kali diidentifikasi sebagai data asli (*original data*) atau temuan baru yang mempunyai derajat aktualitas (*up to date*) serta relevansi yang sangat tinggi terhadap fenomena yang sedang diteliti. Proses ekstraksi data primer dalam riset ini dijalankan melalui aktivitas survei lapangan dengan memanfaatkan kuesioner terstruktur sebagai instrumen penjarangan data utama. Guna memperkuat kedalaman analisis, penelitian ini juga menyinergikannya dengan sumber data sekunder melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu sebuah teknik pengumpulan data literer yang diekstraksi dari hasil penelaahan buku teks ilmiah, jurnal bereputasi, tesis, serta dokumen akademis lainnya yang relevan dengan topik kajian.

F. Variabel dan Indikator

Desain operasional penelitian ini mengintegrasikan dua kategori variabel yang saling berkorelasi, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen, yang dalam ranah analisis kuantitatif sering kali diposisikan sebagai variabel prediktor atau eksogen, dikonseptualisasikan sebagai elemen stimulan atau kausa yang diproyeksikan bisa memprediksi, mengintervensi, atau memicu perubahan pada variabel lainnya. Sebaliknya, variabel dependen atau variabel terikat bertindak sebagai variabel endogen, di mana seluruh eksistensi, fluktuasi, dan variansi nilainya menjadi objek yang dipengaruhi atau ditentukan oleh eksistensi variabel bebas tersebut. Guna memberi batasan ilmiah yang terukur, berikut diuraikan mengenai definisi operasional dari masing-masing variabel independen dan dependen yang dipakai dalam penelitian ini:

Tabel 3.1**Variabel dan Indikator**

No	Variabel	Teori	Indikator	Penjelasan
1.	Kualitas Produk (X1)	Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, serta desainnya. Kualitas yang baik akan mendorong kepuasan dan loyalitas konsumen.	Bahan Baku, Daya tahan, Tampilan/ Kemasan, Keandalan .	Kualitas produk adalah tingkatan sejauh mana produk bisa memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk yang berkualitas biasanya punya bahan yang baik, daya tahan tinggi, dan sesuai harapan pembeli.
2.	Pemahaman Prinsip	Menurut M. Syafi'i Antonio	Kehalalan Produk,	Pemahaman prinsip syariah merupakan sejauh mana seseorang

	Syariah (X2)	(2013), prinsip-prinsip syariah dalam transaksi meliputi kejujuran (<i>ṣidq</i>), keterbukaan (<i>tablīgh</i>), keadilan (<i>‘adl</i>), dan menjauhi unsur riba, gharar (ketidakjelasan), serta maysir (judi). Pedagang yang memahami prinsip ini akan berdagang pada cara yang sesuai syariat dan dipercaya oleh konsumen Muslim.	Keadilan dalam Harga, Transparansi, Informasi Produk, Kesesuaian Akad dalam Transaksi.	mengetahui dan menerapkan aturan-aturan Islam dalam kegiatan jual beli. Ini menyangkut kehalalan produk, kejujuran, keadilan dalam harga, serta menjauhi hal yang dilarang dalam Islam seperti riba dan penipuan.
3.	Preferensi Konsumen (Y)	Menurut Herbert A. Simon (1955), preferensi konsumen	Kepercayaan, Keyakinan	Dalam teori preferensi konsumen, konsumen akan lebih memilih produk yang dianggap memenuhi standar

		merujuk pada kecenderungan individu di dalam memilih produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam konteks konsumen Muslim, preferensi ini dipengaruhi oleh faktor agama dan nilai-nilai syariah, yang menentukan apakah konsumen merasa nyaman dan puas dengan produk pada kesesuaian produk tersebut dengan	Kenyamanan Kualitas.	kualitas dan juga tidak bertentangan dengan keyakinan agama mereka, yang mencakup aspek kehalalan dan moralitas.
--	--	---	-----------------------------	---

		prinsip-prinsip agama.		
--	--	---------------------------	--	--

G. Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dijalankan melalui pengujian lapangan dengan mengaplikasikan instrumen kuesioner (angket) terstruktur. Secara metodologis, kuesioner merupakan suatu teknik penjangkaran informasi ilmiah yang difokuskan untuk melakukan analisis mendalam terhadap kecenderungan sikap, pola perilaku, serta karakteristik dari sejumlah subjek kunci di dalam suatu ekosistem organisasi yang diperkirakan akan terkena dampak oleh implementasi sistem yang diusulkan maupun sistem yang sudah berjalan. Dalam konteks ini, peneliti menyusun serta menyediakan daftar butir instrumen yang wajib direspons secara mandiri oleh para responden yang sudah ditetapkan sebagai sampel penelitian. Pendekatan yang diadopsi yaitu model kuesioner tertutup (*closed-ended questionnaire*), di mana para responden diarahkan untuk memilih opsi jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti, sehingga meminimalkan bias interpretasi dan mempermudah proses tabulasi data kuantitatif.

Penyusunan butir-butir pertanyaan di dalam kuesioner tersebut diambil dari indikator-indikator variabel penelitian yang kemudian ditransformasikan ke dalam bentuk item pertanyaan berskala Likert. Penskalaan Likert diimplementasikan secara spesifik sebagai alat ukur kuantitatif untuk mengonversi dimensi kualitatif berupa sikap, opini, serta persepsi personal maupun kelompok sosial terhadap suatu fenomena yang tengah dikaji. Melalui

fungsionalisasi skala ini, variabel-variabel penelitian ditentukan terlebih dahulu menjadi indikator-indikator operasional yang terukur. Indikator tersebut selanjutnya dijadikan sebagai titik tolak ukur acuan (*benchmarking*) di dalam merumuskan item-item instrumen, baik yang berbentuk pernyataan positif maupun pertanyaan evaluatif. Guna menangkap gradasi respons subjek secara presisi, setiap item instrumen dilengkapi dengan lima alternatif pilihan jawaban berskala ordinal, sebagaimana rincian bobot nilainya disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2

Skala Pengukuran

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas kuesioner diselenggarakan dengan tujuan untuk mengujikan derajat keabsahan dan otentisitas instrumen pengumpulan data yang dipakai. Dalam ranah metodologi riset, validitas dikonseptualisasikan sebagai sebuah parameter ukur yang merefleksikan tingkat ketepatan, akurasi, dan keabsahan suatu instrumen penelitian. Sebuah instrumen yang dinilai sah dan akurat secara ilmiah wajib mengonfirmasikan derajat validitas yang tinggi, yang mengindikasikan jika metodologi serta alat ukur yang dijalankan di lapangan sudah mempunyai keselarasan penuh (*goodness of fit*) dengan tujuan pengukuran yang ingin dicapai.

Operasionalisasi uji validitas ini dilakukan dengan menganalisis korelasi simultan antara skor pada tiap-tiap butir pernyataan di dalam kuesioner dengan skor total variabelnya. Prosedur ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat presisi instrumen ukur di dalam menangkap dan merekam konstruk teoretis yang secara aktual hendak diukur. Sebuah pengukuran bisa dianggap valid apabila bisa merepresentasikan fenomena yang diteliti secara akurat, benar, dan objektif.

Dalam penelitian ini, pengujian validitas data diarahkan melalui pendekatan statistik parametrik, yaitu dengan mengalkulasi koefisien korelasi antar-item menggunakan formula *Pearson Product Moment Correlation*. Secara teknis, butir-butir pernyataan di dalam kuesioner diberi pernyataan memenuhi kriteria valid apabila nilai *r*-hitung yang

menggunakan nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* > dari r-tabel pada signifikansi 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Prosedur ini diselenggarakan dengan tujuan untuk mengevaluasi derajat reliabilitas suatu kuesioner yang bertindak sebagai cerminan indikator dari variabel atau konstruk laten yang diteliti. Sebuah instrumen pengumpulan data bisa dideklarasikan mempunyai tingkat reliabilitas atau keandalan yang tinggi apabila estimasi respons atau jawaban yang diberikan oleh responden menunjukkan tren yang konsisten, ajek, dan stabil ketika dilakukan replikasi pengukuran dari waktu ke waktu.

Dalam praktiknya, estimasi pengujian reliabilitas instrumen bisa dilakukan melalui dua pendekatan metodologis utama, yakni metode pengukuran berulang (*repeated measure*) dan metode pengukuran sekali jalan (*one-shot*). Penelitian ini secara spesifik mengadopsi pendekatan one-shot measure, di mana pengumpulan data dilakukan melalui satu kali penyebaran instrumen dalam satu periode waktu tertentu tanpa adanya pengujian ulang secara berkala.

Analisis keandalan selanjutnya dijalankan dengan mengevaluasi konsistensi internal melalui perbandingan pola jawaban antar-butir pernyataan, atau dengan mengalkulasi koefisien korelasi di antara sekumpulan item pernyataan yang menyusun konstruk variabel tersebut.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Mempunyai tujuan untuk mengujikan apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi secara normal. Uji t dan f mengasumsikan ketika nilai residual mengikuti distribusi normal, kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik. Analisis grafik dapat dilakukan dengan:

- 1) Memperlihatkan grafik histogram yang memberi pembandingan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, dan
- 2) *Normal probability plot* yang memberi pembandingan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Distribusi normal menghasilkan sebuah garis diagonal yang lurus, serta plotting data residual diperbandingkan dengan garis diagonal. Apabila distribusi data residual normal. Selanjutnya garis memanjang akan mendekati garis diagonal. Jalan lain yaitu melalui uji statistik *one-simple kolmogorov-smirnov*. Adapun landasan pengambilan keputusan dari *one-simple kolmogorov-smirnov* yaitu:

- 1) Ketika hasil *one-simple kolmogorov-smirnov* di atas tingkatan signifikansi 0,05 menunjukkan pola distribusi normal, model regresi itu memenuhi asumsi normalitas.

- 2) Ketika hasil *one-simple kolmogorov-smirnov* di bawah tingkatan signifikansi 0,05 tidak menunjukkan pola distribusi normal, model regresi itu tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Multikolinieritas

Pengujian multikolinearitas diorientasikan dengan tujuan utama untuk mendeteksi serta mengevaluasi ada atau tidaknya hubungan korelasi linier yang signifikan diantar-variabel bebas (*independent*) di dalam struktur model regresi. Sebuah model regresi yang memenuhi kriteria standar asumsi klasik secara mendasar mengisyaratkan tidak adanya interkorelasi yang kuat di antara sesama variabel independen tersebut. Apabila antardimensi variabel independen saling mengonfirmasikan adanya hubungan korelasi, kondisi tersebut mengindikasikan jika variabel-variabel tersebut tidak bersifat ortogonal. Variabel ortogonal sendiri dikonseptualisasikan sebagai karakteristik ideal dari sekumpulan variabel independen di mana koefisien nilai korelasi antar-sesama variabel bebas tersebut bernilai nol. Dengan demikian, terbebasnya model dari gejala multikolinearitas menjadi prasyarat krusial agar estimasi parameter regresi tidak mengalami bias dan bisa merepresentasikan pengaruh parsial dari setiap variabel prediktor secara presisi.

c. Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas diorientasikan dengan tujuan untuk mengevaluasi sekaligus mendeteksi ada atau tidaknya ketidaksamaan

nilai varians dari residual antara satu model observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Apabila varians dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain menunjukkan kecenderungan yang konstan atau tetap, kondisi tersebut mengindikasikan sudah terpenuhinya asumsi homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varians residual yang dihasilkan memperlihatkan adanya fluktuasi atau perbedaan nilai yang signifikan di antara periode amatan, fenomena tersebut dianggap sebagai gejala heteroskedastisitas. Model regresi yang prasyarat distribusinya dinilai baik dan objektif secara statistik wajib terbebas dari masalah heteroskedastisitas ini, atau dengan kata lain, harus memenuhi pemenuhan asumsi homoskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Pemahaman Prinsip Syariah (X2) terhadap Preferensi Konsumen (Y) pada penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Persamaan umum regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Preferensi Konsumen

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Kualitas Produk

β_2 = Koefisien Pemahaman Prinsip Syariah

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Pemahaman Prinsip Syariah

e = error/variabel pengganggu

Koefisien regresi (b_1 dan b_2) menunjukkan besarnya perubahan pada variabel dependen (Y) apabila variabel independen (X) berubah sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan. Apabila koefisien regresi bernilai positif, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat searah, artinya peningkatan pada variabel independen akan diikuti oleh peningkatan pada variabel dependen. Sebaliknya, apabila koefisien regresi bernilai negatif, maka hubungan keduanya bersifat berlawanan arah.

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan melalui dua cara, yaitu uji t (parsial) dan uji F (simultan)

a. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel

dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel serta melihat nilai signifikansinya.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Apabila nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk memperlihatkan pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara keseluruhan terhadap variabel Y . untuk mengujikan hipotesa :
 $H_0 : b = 0$, langkah – langkah yang akan digunakan untuk mengujikan hipotesa itu dengan uji F yaitu sebagai berikut : 1) Menentukan H_0 dan H_a
 $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh yang signifikan diantara variabel independen dan variabel dependen) $H_a : \beta_1 \neq 0$ (ada pengaruh yang signifikan diantara variabel independen dan variabel dependen).
 Menentukan *Level of Significance* *Level of Significance* yang dipakai sebesar 5% atau $(\alpha) = 0,05$.
 Memperlihatkan nilai F (F hitung)
 Memperlihatkan F hitung dengan memperlihatkan *output* (tabel anova) dan memberi pembandingnya dengan F tabel. 4) Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan H_0 , dengan memperlihatkan tingkatan

probabilitasnya, yaitu : Jika Signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak Jika Signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.

6. Uji Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas ketika memberi penjelasan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Apabila nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen ketika memberi penjelasan variasi variabel dependen sangat terbatas dan sebaliknya apabila R^2 besar berarti kemampuan variabel-variabel independen ketika memberi penjelasan variasi variabel dependen besar.

I. Tahapan Penelitian

Adapun tahapan pada penelitian ini yang harus diperhatikan peneliti ketika menyelesaikan tugas akhir hingga siap di munaqasyahkan sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap pendahuluan ini, penulis mengkaji dan mengobservasi masalah-masalah yang hendak dikaji dan dituliskan ke dalam proposal skripsi, menentukan lokasi penelitian, lalu berkonsultasi dengan dosen pembimbing guna mendapatkan persetujuan, lalu mengajukan ke Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Setelah penetapan judul serta penetapan dosen pembimbing, dikonsultasikan kembali untuk diadakan perbaikan seperlunya, kemudian diseminarkan.

2. Tahap Pengumpulan Data

Di tahapan ini, pertama-tama penulis melakukan pengurusan surat permohonan melakukan riset pendahuluan dan kemudian apabila diperbolehkan di tempat yang akan diteliti, penulis wajib mengajukan surat izin penelitian, sesudah menentukan pergantian judul. Kemudian melakukan penelitian lapangan dengan menyebar angket kepada konsumen yang membeli produk di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.

3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data

Kemudian sesudah keseluruhan data dikumpulkan, penulis melakukan pengolahan data dengan menggunakan teknik pemaparan data, teknik analisis data, dan penarikan simpulan. Selanjutnya, penulis melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing guna penyempurnaan datanya.

4. Tahapan Penulisan atau Penyusunan Laporan Akhir

Di tahapan ini, penulis melakukan penyusunan seluruh data yang sudah diperoleh dengan sistematis tulisan. Kemudian dari laporan yang sudah digandakan itu dilakukan konsultasi dengan dosen pembimbing, selanjutnya sesudah semuanya jadi, berarti sudah layak untuk dimunaqasyahkan.