

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Sifat penelitian ini adalah penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.¹ Dalam penelitian ini diarahkan untuk memperoleh data yang diperlukan dari obyek penelitian yang sebenarnya tentang pengaruh variabel *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīg* terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Timung Hafabi. Lokasi penelitian yaitu Rumah Timung Hafabi yang beralamat di Jl. Bumi Mas Raya RT. 08 No. 07 Kec. Banjarmasin Selatan, Kel. Pemurus Baru, Kota Banjarmasin.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di Rumah Timung Hafabi yang beralamat di Jl. Bumi Mas Raya RT. 08 No. 07 Kec. Banjarmasin Selatan, Kel. Pemurus Baru, Kota Banjarmasin. Karena di antara

¹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 12.

cabang lainnya hanya cabang yang beralamat di Jl. Bumi Mas Raya yang tidak melakukan promosi melalui dunia maya (internet), memiliki karyawan tetap, dan tidak menyediakan pelayanan rendam kaki seperti pada cabang lainnya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah himpunan seluruh individu atau objek yang dikaji atau dijadikan bahan pembicaraan oleh peneliti.² Biasanya didefinisikan dengan cakupan wilayah dan waktu serta definisi dari unit pengamatan tersebut. Banyaknya unit pengamatan dalam populasi dinotasikan dengan N .³ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang pada Rumah Timung Hafabi di Jl. Bumi Mas Raya RT. 08 No. 07 Kec. Banjarmasin Selatan, Kel. Pemurus Baru, Kota Banjarmasin.

2. Sampel

Sebuah sampel dengan ukuran n adalah bagian dari populasi, terdiri dari n unit pengamatan, yang digunakan dalam suatu kegiatan pengumpulan data.⁴ Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam. Sampel diambil bila kita merasa tidak mampu meneliti seluruh populasi. Oleh karena itu, semua ciri-ciri populasi harus diwakili

²Sri Harini, *Teori Peluang* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 11.

³Abuzar Asra dan Slamet Sutomo, *Pengantar Statistik I* (Jakarta: RajaGrafindo, 2016), hlm. 16.

⁴*Ibid.*, hlm. 16.

dalam sampel.⁵ Penelitian sampel dalam penelitian yang saya lakukan menggunakan metode pengambilan sampel secara acak atau *random sampling*. Teknik sampling ini diberi nama demikian karena di dalam pengambilan sampelnya, peneliti “mencampur” subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.⁶

Rescoe dalam buku *Research Methods For Business* memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian yang layak adalah antara 30 sampai dengan 500 sampel.⁷ Menurut Nana Syaodih Sukmadinata untuk penelitian survey sampel sebanyak 100 individu untuk seluruh sampel baru dipandang cukup memadai.⁸

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah catatan keterangan sesuai bukti kebenaran, bahan-bahan yang dipakai sebagai dukungan penelitian. Sumber Data dalam penelitian ada dua, yaitu data primer dan sekunder.

⁵Moh Kasiram, *Metodelogi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 258.

⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), hlm. 107.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 131.

⁸Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 261.

a. Data Primer (*Primary*)

Data primer adalah data yang diambil dari lapangan yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara dan kuesioner. Data yang diambil tergantung dari variabel yang diteliti, misalnya variabel umur, pendidikan, pekerjaan, dan lainnya disebut dengan data demografi/sosial ekonomi.⁹ Dalam penelitian ini data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, meliputi karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian yang didapatkan melalui instrumen pengumpulan data yang berbentuk kuesioner/angket. Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu tentang usia responden, status responden, jenis pekerjaan responden, dan jenis penghasilan responden. Dan persepsi responden tentang pengaruh variabel *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīg* terhadap kepuasan konsumen Rumah Timung Hafabi.

b. Data Sekunder (*Secondary*)

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh instansi terkait dan/atau pihak lain).¹⁰ Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh dari buku-buku dan literatur.

⁹Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 153.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 155.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah responden, yaitu konsumen yang datang ke Rumah Timung Hafabi untuk melakukan pelayanan jasanya yang beralamat di Jl. Bumi Mas Raya RT. 08 No. 07 Kec. Banjarmasin Selatan, Kel. Pemurus Baru, Kota Banjarmasin. Dan informan atau pihak-pihak yang dianggap penulis dapat memberikan keterangan dan tambahan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini seperti karyawan Rumah Timung Hafabi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹¹ Dalam penelitian ini kuesioner/angket diisi oleh konsumen Rumah Timung Hafabi.

F. Desain Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen pada Rumah Timung Hafabi dan empat variabel bebas yaitu: *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīg*.

Adapun definisi operasional variabel dari masing-masing variabel terikat dan bebas di atas adalah sebagai berikut:

1. *Ṣiddīq* (X_1)

¹¹Sugiyono, *Metode Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 142.

2. *Amānah* (X₂)
3. *Faṭānah* (X₃)
4. *Tablīg* (X₄)
5. Kepuasan Konsumen (Y)

Adapun jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial.¹² Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- a. SS : Sangat Setuju diberi skor 5
- b. S : Setuju diberi skor 4
- c. N : Netral diberi skor 3
- d. TS : Tidak setuju diberi skor 2
- e. STS : Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

¹²Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 87.

Berikut operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
<i>Ṣiddīq</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Benar - Jujur 	<ul style="list-style-type: none"> - Sesuai dengan yang dipromosikan/ditawarkan - Informasi yang disampaikan benar, dan jujur dalam menjelaskan keunggulan-keunggulan 	Diukur melalui angket dengan skala <i>likert</i> .
<i>Amānah</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Dipercaya - Bertanggung jawab - Pelayanan optimal - Adil 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa aman saat menggunakan pelayanan jasa pada Rumah Timung Hafabi di Banjarmasin - Mengedepankan tanggung jawab kepada konsumen jika terjadi hal-hal diluar keinginan - Pelayanan yang optimal kepada konsumen dan selalu sesuai dengan hasil yang diharapkan - Adil dan tidak 	Diukur melalui angket dengan skala <i>likert</i> .

		membeda-bedakan dalam melayani konsumen	
<i>Faṭānah</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Intelektual - Kecerdikan - Bijaksana 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk baru yang ditawarkan selalu mengikuti tren kekinian - Pelayanan jasa dikhususkan untuk perempuan - Kreatif dan inovatif dalam melakukan pemasaran 	Diukur melalui angket dengan skala <i>likert</i> .
<i>Tablīg</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Komunikatif - Argumentatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan tanggapan atas keluhan para konsumennya - Senantiasa menyampaikan informasi atau keunggulan - Saya merasa nyaman berkomunikasi dengan karyawan 	Diukur melalui angket dengan skala <i>likert</i> .
Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Ṣiddīq</i> - <i>Amānah</i> - <i>Faṭānah</i> - <i>Tablīg</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Puas dengan kejujuran karyawan yang senantiasa mengedepankan kebenaran informasi - Puas terhadap 	Diukur melalui angket dengan skala <i>likert</i> .

		<p>karyawan karena bisa dipercayai dalam tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puas terhadap kecerdasan atau sifat profesional <p>karyawan dalam melayani</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puas terhadap kemampuan <p>karyawan dalam menyampaikan keunggulan-keunggulan produk yang ada pada Rumah Timung Hafabi</p>	
--	--	--	--

Sumber: Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 2006.

G. Teknik Pengolahan Data

1. *Editing* adalah memeriksa dan menalaah data-data yang terkumpul baik kelengkapannya maupun kesempurnaannya.
2. *Coding* adalah memberikan angka-angka dan kode-kode tertentu yang telah disepakati terhadap jawaban-jawaban pertanyaan dalam kuesioner, sehingga memudahkan saat memasukkan data dalam komputer.

3. Klasifikasi data adalah mengelompokkan data yang sudah terkumpul sesuai dengan kode yang telah dibuat.
4. *Tabulating* adalah termasuk dalam kerja memproses data. Membuat tabulasi tidak lain dari memasukkan data kedalam tabel-tabel, dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung menggunakan komputer.

H. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹³ Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif yang meliputi tabel dan distribusi frekuensi.

a. Tabel

Tabel adalah penyajian data dalam bentuk kumpulan angka yang disusun menurut kategori-kategori tertentu, dalam suatu daftar.¹⁴

b. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi adalah pengelompokan data ke dalam beberapa kategori yang menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori, dan

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 147.

¹⁴Syarif Hidayatullah, *Cara Mudah Menguasai Statistik Deskriptif* (Jakarta: Salemba Teknika, 2015), hlm. 13.

setiap data tidak dapat dimasukkan ke dalam dua atau lebih kategori.¹⁵

Dalam penelitian ini saya menggunakan distribusi frekuensi relatif.

1) Distribusi Frekuensi Relatif

Suatu tabel yang menggambarkan distribusi frekuensi suatu keadaan dalam bentuk persentase dengan membuat total banyaknya pengamatan sama dengan 100%.¹⁶

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak dapat dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki.¹⁷

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrumen kuisisioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya.¹⁸

¹⁵Suharyadi dan Purwanto S. K, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 28.

¹⁶Abuzar Asra dan Slamet Sutomo, *Pengantar Statistika I: Panduan Bagi Pengajar dan Mahasiswa* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 30.

¹⁷Duwi Priyatno, *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengelolaannya Dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2016), hlm. 143.

¹⁸*Ibid.*, hlm. 154.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari perubahan variabel independen terhadap variabel dependen maka analisisnya menggunakan regresi linier berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

Regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X terhadap satu variabel dependen Y yang dinyatakan dalam persamaan:¹⁹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

X₁ : *Ṣiddīq*

X₂ : *Amānah*

X₃ : *Faṭānah*

X₄ : *Tablīg*

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk yang hampir sama dengan koefisien r². R juga hampir sama dengan r, tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali

¹⁹Duwi Priyatno, *Buku Pintar Statistik Komputer* (Yogyakarta: MediaKom, 2011), hlm. 45.

regresi linier sederhana). R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel secara bersama-sama).²⁰

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.²¹

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $F_{hitung} \geq$ dari nilai F_{tabel} maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama sehingga dapat diterima.²²

²⁰Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 136.

²¹*Ibid.*, hlm. 88.

²²Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto *op.cit.*, hlm. 87.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*) keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal. Yakni distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau ke kanan.²³ Dalam penelitian ini Uji Normalitas data dengan metode *One-Kolmogorov-Smirnov Z*. Dengan metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikansi (*Asymp.sig*) > 0,05 maka data residual berdistribusi normal dan jika Signifikansi (*Asymp.sig*) < 0,05 maka data residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Deteksi terhadap ada tidaknya multikolenearitas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas, dapat juga dengan melihat *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang

²³Singgih Santoso, *Statistik Multivariate: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 43.

umunya dipakai adalah nilai *tolerance* 0,1 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.²⁴

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.²⁵ Dalam penelitian ini Uji Heteroskedastisitas dengan metode *Spearman's rho*, yaitu dengan mengkorelasikan nilai absolut residual hasil regresi dengan masing-masing variabel independen. Metode pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas dengan *Spearman's rho* yaitu jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, tetapi jika signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

²⁴Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto *op.cit.*, hlm. 124.

²⁵*Ibid.*, hlm. 104.