

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang akan digunakan didalam penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan ialah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan suatu data ataupun berupa informasi yang diperoleh langsung dari responden agar dapat mengetahui pengaruh dari variabel yang dihipotesiskan.

##### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif, yang merupakan sebuah proses menentukan pengetahuan yang menggunakan data berbentuk angka sebagai alat menganalisis keterangan apa yang ingin diketahui.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ialah bertempat di Kampus UIN Antasari Banjarmasin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berlokasi di jalan A. Yani Km 4,5 Banjarmasin.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### 1. Populasi

Populasi ialah merupakan keseluruhan dari objek ataupun subjek yang ada dalam suatu wilayah dan melengkapi ketentuan-ketentuan tertentu. Populasi juga dapat diartikan didefinisikan dari keseluruhan unit

ataupun individu didalam penelitian yang akan diteliti. (Nanang Martono, 2010, hlm. 76). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan ialah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang mengenakan hijab Saudia.

Dikarenakan jumlah mahasiswi Fakultas Ekonomi dann Bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin untuk populasinya tidak diketahui secara pasti jadi untuk memastikan besarnya sampel yang akan digunakan yaitu dengan memakai rumus *unknown populations* (Frendy, 2011, hlm. 53) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4u^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada  $\alpha = 5\%$  (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96

u = margin of error, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Dengan memakai rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4u^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

n = 96,4 (digenapkan menjadi 100 orang mahasiswi/responden)

## 2. Sampel

Sampel ialah merupakan sebagian dari populasi yang terdapat ciri-ciri ataupun keadaan tertentu dari yang akan diteliti. Sampel juga diartikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan memakai prosedur tertentu agar bisa mewakili populasi. (Nanang Martono, 2010, hlm. 76). Dari hasil diatas sampel penelitian ini yang digunakan adalah 100 Mahasiswi FEBI UIN Antasari Banjarmasin yang mengenakan hijab Saudia.

### **D. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *Insidental Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel, jika dipandang orang tersebut sesuai kriteria dan cocok untuk dijadikan sumber data (Sugiyono, 2009, hlm. 97).

Teknik *Insidental Sampling* yang digunakan peneliti untuk meneliti ditentukan dengan kriteria:

1. Responden adalah mahasiswi FEBI UIN Antasari Banjarmasin.
2. Responden adalah konsumen yang menggunakan Hijab saudia.

### **E. Subjek dan Objek Penelitian**

#### 1. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian adalah para Mahasiswi FEBI Universitas Islam Antasari Banjarmasin yang mengenakan Hijab Saudia.

## 2. Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah variabel produk, harga, distribusi, dan promosi yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Hijab Saudia.

## **F. Data dan Sumber Data**

### 1. Data

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang di dapatkan melalui penelitian di lapangan secara langsung (Arikunto, 2002, hlm. 107). Untuk itu penulis akan melakukan dengan mengumpulkan data menggunakan cara menyebar kuesioner.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung dari objek yang diteliti (Arikunto, 2002, hlm. 107). Data ini bisa diperoleh dari literatur, internet, artikel dan lain-lain.

### 2. Sumber Data

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden yaitu hasil dari data koesioner yang dibagikan kepada Mahasiswi FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

## **G. Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sangat diperlukan metode yang mampu mengungkap data sesuai dengan pokok permasalahan (Arikunto, 2002, hlm. 126). Metode

yang digunakan oleh peneliti untuk mengungkap data tentang pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Hijab Saudia adalah metode Kuesioner.

#### 1. Metode Kuesioner

Kuesioner ialah beberapa pertanyaan yang tertulis untuk digunakan agar dapat memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2002, hlm. 128). Dalam penelitian ini metode kuesionernya adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswi FEBI Universitas Islam Antasari Banjarmasin.

### **H. Teknik Analisa Data**

#### 1. Pengujian Instrumen

Pada metode pengumpulan data telah diuraikan bahwa instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ialah serangkaian pertanyaan yang tertulis untuk digunakan agar dapat memperoleh informasi dari responden dalam arti tentang laporan pribadinya. (Arikunto, 2002, hlm. 128). Kuesioner yang digunakan untuk mengungkap variabel produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan membeli hijab saudia. Pengembangan instrumen ini didasarkan atas deskripsi teori-teori yang relevan, kemudian dikembangkan didalam indikator-indikator yang selanjutnya akan dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan.

Skala pengururan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan model Skala Likert dengan lima alternatif jawaban yaitu :

1. Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5
2. Setuju (S) dengan nilai 4
3. Netral (N) dengan nilai 3
4. Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1

### 3.1 Tabel Indikator Kuesioner

| Variabel                     | Indikator   | Skala pemikiran |
|------------------------------|---|-----------------|
| Produk (X <sub>1</sub> )     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keragaman</li> <li>2. Daya Tarik</li> <li>3. Kenyamanan</li> <li>4. Citra hijab</li> <li>5. Kualitas</li> </ol> | Skala likert    |
| Harga (X <sub>2</sub> )      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terjangkau</li> <li>2. Manfaat</li> <li>3. Murah</li> <li>4. Hasil</li> <li>5. Harga bersaing</li> </ol>        | Skala likert    |
| Distribusi (X <sub>3</sub> ) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah diperoleh</li> <li>2. Selalu tersedia</li> <li>3. Tersebar luas</li> </ol>                                | Skala likert    |

|                           |  |              |
|---------------------------|--|--------------|
|                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Tempat penjualan strategis</li> <li>5. Marketplace</li> </ol>  |              |
| Promosi (X <sub>4</sub> ) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplikasi Belanja online</li> <li>2. Media elektronik</li> <li>3. Orang ke orang</li> <li>4. Kenyataan produk</li> <li>5. Media E-commerce</li> </ol> | Skala likert |
| Keputusan Pembelian (Y)   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk</li> <li>2. Harga</li> <li>3. Lokasi</li> <li>4. Promosi</li> <li>5. Periode</li> </ol>   | Skala likert |

Sumber: Data diolah 2021

Agar instrumen benar-benar memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas, maka diperlukan uji instrumen penelitian.

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah alat untuk menguji apakah tiap-tiap butir benar-benar telah mengungkapkan faktor atau indikator yang ingin diselidiki. Semakin tingginya validitas suatu alat ukur semakin tepat alat ukur tersebut mengenai sasaran. Untuk pengujian validitas menggunakan rumus korelasi *Product moment* (Hadi, 1991, hlm. 23):

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi pada bagian total

N = Nilai dari subjek

$\sum x$  = Nilai dari skor item

$\sum y$  = Nilai dari skor total

$\sum xy$  = Nilai dari hasil kali skor item dan skor total

$\sum x^2$  = Nilai dari kuadrat skor item

$\sum y^2$  = Nilai dari kuadrat skor total

Dalam pengujian koefisien penelitian ini digunakan taraf signifikansi 5%. Jika  $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$  maka butir instrumen mampu mengukur apa yang akan diinginkan (valid). Dan sebaliknya jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$  maka suatu butir instrumen adalah tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah untuk mengetahui apakah kuesioner yang sudah dibagikan kepada responden benar-benar sudah dapat diandalkan untuk alat pengukur penelitian. Pengujian ini dilakukan pada butir pertanyaan yang sebelumnya sudah diuji secara validitas dan telah dinyatakan valid. Untuk mengungkap tingkat reliabilitas item digunakan dengan rumus *Alpha Cronbachs*.

Rumus koefisien *Alpha Cronbachs* (Hadi, 1991, hlm. 56):

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrument

K = Banyaknya dari butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma^2 b$  = Nilai dari variabel butir

$\sum \sigma^2 t$  = Varian total

Kriteria reliabilitas ialah jika koefisien *Alpha Cronbachs*  $\geq 0,60$

Reliabilitas kuesioner pada penelitian ini menggunakan teknik . bila koefisien Alpha  $\geq$  r-tabel dengan taraf signifikan 5% maka datanya reliabel, dan sebaliknya bila koefisien Alpha  $<$  r-tabel dengan taraf signifikan 5% maka datanya tidak reliabel.

## 2. Analisis Regresi

Untuk menguji masalah dalam penelitian, maka peneliti menggunakan model analisis regresi berganda (*Multiple Linier Regression Model*). Model persamaan regresi yang digunakan ialah:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

$X_1$  = Variabel Independen (Produk)

$X_2$  = Variabel Independen ( Harga)

$X_3$  = Variabel Independen (Distribusi)

$X_4$  = Variabel Independen (Promosi)

e = Error

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, berdistribusi normal atau tidak normal. Untuk mengetahui hasil uji normalitas dapat diketahui melalui *Kolmogrow Smirnov*.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas, yang akan diukur tingkat pengaruh variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ). Terjadinya Multikolinieritas apabila koefisien korelasi antar variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ,  $X_3$  dan  $X_4$ ) lebih besar atau sama dengan 0,60 ( $r > 0,60$ ). Tidak terjadinya Multikolinieritas apabila koefisien korelasi antar variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) lebih kecil 0,60 ( $r < 0,60$ ).

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan mengetahui mengenai sama atau tidak varians dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lain. Bila residualnya mempunyai varians yang sama maka disebut heteroskedastisitas dan bila variannya tidak sama maka disebut tidak heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat dari gambar *scatterplot*.

#### d. Uji Autokorelasi

Suatu persamaan regresi yang baik ialah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, apabila terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut

menjadi tidak baik dan tidak layak dipakai prediksi. Suatu masalah autokorelasi akan timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu  $t$  (berada) dengan kesalahan pengganggu  $t-1$  (sebelumnya). Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi salah satunya dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Terjadi autokorelasi positif apabila nilai  $DW < -2$
- 2) Tidak terjadi autokorelasi apabila  $-2 \leq DW \leq +2$
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai  $DW > +2$ .

#### 4. Pengujian Hipotesis

Langkah-langkah untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

##### a. Uji Parsial (t-test)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

##### 1) Menentukan formulasi hipotesis

Formula hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ialah:

a.  $H_0: \beta_1 \geq 0$ , produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

$H_a: \beta_1 < 0$ , produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

b.  $H_0: \beta_2 \geq 0$ , harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

$H_{a2}:\beta_2 < 0$ , harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

- c.  $H_{o3}:\beta_3 \geq 0$ , distribusi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

$H_{a3}:\beta_3 < 0$ , distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

- d.  $H_{o4}:\beta_4 \geq 0$ , promosi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

$H_{a4}:\beta_4 < 0$ , promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

- 2) Menentukan *level of significant* ( $\alpha$ )

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini menggunakan 95% dengan *level of significant* ditentukan sebesar 5%.

- 3) Menentukan F-tabel

T-tabel dilihat dengan menggunakan *level of significant* dan *degree of freedom*=n-k.

- 4) Menghitung nilai F-hitung

t-hitung dapat di lihat dari hasil olah data SPSS 22.

- 5) Menentukan kriteria pengujian hipotesis

Kriteria pengujian hipotesis yaitu :

t-hitung  $\geq$  t-tabel pada  $\alpha$  0,05 atau hitung pada *p-value*  $\leq$  0,05

maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

t-hitung < t-tabel pada  $\alpha$  0,05 atau hitung pada *p-value* > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

6) Mengambil kesimpulan

a) Jika tingkat signifikansi variabel independen  $\leq 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel independen berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

b) Jika tingkat signifikansi variabel independen > 0,05 maka dapat disimpulkan variabel independen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

7) Menarik kesimpulan

a) Menerima  $H_0$ , berarti menerima bahwa produk, harga, distribusi, dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia secara parsial.

b) Menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , berarti menerima bahwa produk, harga, distribusi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia secara parsial.

b. Uji Pengaruh Simultan (F-test)

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

1) Menentukan formulasi hipotesis

$H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$ , produk, harga, distribusi dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

$H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$ , produk, harga, distribusi dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

2) Menentukan *level of significant* ( $\alpha$ )

Untuk tingkat keyakinan penelitian ini menggunakan 95% dengan alpha ( $\alpha$ ) sebesar 5%.

3) Menentukan F-tabel

Mencari F-tabel dengan menentukan besar *degree of freedom* (d.f) antara pembilang (numerator) dan penyebut (denominator). Derajat pembilang digunakan nilai k-1, yaitu jumlah variabel dikurang 1, dan untuk derajat penyebut digunakan n-k, yaitu jumlah sampel dikurang dengan jumlah variabel.

4) Menghitung nilai F-hitung

F-hitung dapat dihitung menggunakan SPSS 22.

5) Menentukan kriteria pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis memiliki kriteria sebagai berikut:

F-hitung  $\geq$  F-tabel pada  $\alpha$  0,05 atau F-hitung pada *p-value*  $\leq$  0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

F-hitung  $<$  F-tabel pada  $\alpha$  0,05 atau F-hitung pada *p-value*  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

6) Mengambil kesimpulan

- a. Jika tingkat signifikansi variabel independen  $\leq 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel independen berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia.
- b. Jika tingkat signifikansi variabel independen  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel independen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

7) Menarik kesimpulan

- b) Menerima  $H_0$ , berarti menerima bahwa produk, harga, distribusi, dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia secara simultan.
- c) Menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , berarti menerima bahwa produk, harga, distribusi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab saudia secara simultan.