

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metodologi penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat menemukan, membuktikan dan mengembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu.¹

B. Jenis, Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berwujud angka-angka sebagai hasil observasi atau pengukuran.² Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian. Data primer biasanya diperoleh dengan wawancara langsung kepada objek atau dengan pengisian kuesioner (daftar pertanyaan) yang dijawab oleh objek penelitian.³

Data primer diperoleh secara langsung dari obyek peneliti yang berupahasil survei dari responden melalui kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen produk kue ibu Sutaryani “Yani Djaswadi

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 12.

²Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 21.

³Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Buku 1 (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 14.

Griya Katering”, selain kuesioner, data primer diperoleh dari penjelasan dan keterangan dari pihak ibu Sutaryani selaku pemilik “Yani Djaswadi Griya Katering”.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴Sedangkan menurut Murti Sumarni dan Salamah, populasi adalah keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun yang tidak terbatas.⁵Dari pengertian tersebut, populasi dalam penelitian ini meliputi konsumen atau pembeli produk kue Ibu Sutaryani “Yani Djaswadi Griya Katering” yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali.⁶

2. Sampel

Sampel adalah objek yang merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki populasi, dimana pengambilan sampel yang diambil harus mewakili/representatif dari populasi.⁷Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta IKAPI, 2013), 117.

⁵Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta : Andi Ofset, 2006), 69.

⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 74.

⁷Ibid., 67.

Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁸

Salah satu teknik *probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah dengan cara teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Cara ini hanya dapat dilakukan bila sifat anggota populasi adalah homogen atau memiliki karakter yang sama. Kriteria yang dimaksud adalah konsumen yang melakukan pembelian produk kue ibu Sutaryani lebih dari satu kali. Mengingat jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk kue ibu Sutaryani lebih dari satu kali tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling sebagai berikut.⁹

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = ukuran sampel minimum

$Z_{\alpha/2}$ = nilai distribusi normal baku (tabel Z) pada α tertentu

σ = harga varian di populasi

e = kesalahan (absolut) yang dapat ditolerir

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

⁹Riduwan, *Dasar-dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2011), 255.

Jika tidak diketahui nilai proporsi atau perbandingan dari populasi yang tak terhingga, maka digunakan $\sigma = 0,25$. Pada penelitian ini tingkat kepercayaan yang digunakan ialah sebesar 95% dan ketepatan 5% sehingga nilai $Z = 1,96$. Penggunaan persentase tersebut diasumsikan telah mencerminkan sampel yang mewakili karakteristik populasi yang sebenarnya. Berdasarkan ketentuan di atas, maka hasil penghitungannya sebagai berikut:

$$n = 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Jadi, berdasarkan penghitungan di atas dapat diambil sampel dari populasi sebanyak 97 orang, namun karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah penghitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden. Kemudian dibagi menjadi dua bagian, yaitu 35 responden untuk data uji instrumen dan 65 responden untuk data pada proses analisis data.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik.¹⁰ Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah pedoman angket, yaitu suatu lembaran berupa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Cara mengisinya adalah dengan memberi tanda silang pada jawaban yang dipilih. Angket digunakan untuk memperoleh sejumlah data

¹⁰Ibid., 151.

tertulis dalam waktu yang relatif singkat. Maka, angket disebarakan kepada anggota sampel dari populasi penelitian.¹¹ Adapun angket ini digunakan sebagai alat untuk mengetahui kualitas produk dan minat pembelian ulang dari konsumen. Metode ini ditujukan kepada responden untuk menggali data tentang hubungan kualitas produk dalam manajemen bisnis syari'ah terhadap minat pembelian ulang konsumen produk kue ibu Sutaryani.

Adapun indikator kualitas produk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Brand*/merek, beri nama produk yang bercitra dan bergengsi sehingga akan mudah diingat oleh para konsumen
2. Keistimewaan, menunjukkan secara rinci keistimewaan produk yang memiliki daya tarik religious (halal) yang akan ditawarkan kepada konsumen
3. Jujur, jika terdapat produk yang cacat, jelaskan cacatnya kepada konsumen tanpa harus berbohong, berdusta, bahkan sampai mengucapkan sumpah serapah. Jika hal itu terjadi, bisnis yang dijalankan tidak akan berkah dan keuntungan akan hilang/rusak
4. Manfaat, menunjukkan kepada konsumen mengenai manfaat utama produk tersebut
5. Kemasan, membuat kemasan yang menarik dan rapi sehingga produk dapat terlindungi dengan baik

¹¹Arikunto, *Prosedur.*, 75.

6. Pelayanan, melayani konsumen dengan sikap yang ramah, santun, berikan senyuman, ucapkan terima kasih, dan jika keliru tidak perlu gengsi untuk mengucapkan permintaan maaf, serta jangan mengajak konsumen berdebat sekalipun kita benar.

Kemudian untuk mengerucutkan produk yang dibeli ulang oleh responden, peneliti membatasinya pada 3 produk saja, yaitu lemper, sus buah dan brownis coklat. Sedangkan indikator konsumen melakukan pembelian ulang dalam penelitian ini adalah :

1. Konsumen membeli ulang produk yang telah dikonsumsi.
2. Konsumen mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya.
3. Konsumen selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Konsumen selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilanggannya.

E. Analisis Data

Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, analisa data adalah suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.¹² Senada dengan pendapat tersebut M. Kasiran berpendapat

¹²Masri Singarimbun, Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survey* (Jakarta: Pustaka, 1990), 203.

metode ini dimaksudkan untuk meringkas data dalam bentuk yang mudah dipahami dan mudah ditafsirkan sehingga hubungan antar problem penelitian dapat dipelajari dan diuji.¹³ Dalam prosedur analisa data, ada beberapa langkah pokok yang harus dilakukan yaitu:

1. Pemeriksaan Data (*editing*)

Sebelum pengumpulan data dilakukan, pewawancara sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan dalam praktiknya, hasil kuesioner yang masuk dari responden masih banyak mendapatkan kesalahan. Oleh karena itu, editing diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan. Editing merupakan proses dasar untuk menguji ketelitian dan tanggung jawab penelitian.

2. Pembuatan Kode (*coding*)

Proses pembuatan kode merupakan proses pemberian tanda menggunakan angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Kode diberikan untuk semua kuesioner yang sama sehingga semua jawaban dapat dimasukkan dalam sejumlah kategori atau kelompok. Di sini efisiensi analisis akan tercipta sebab semua jawaban dapat diturunkan menjadi beberapa kategori yang dipilih secara seksama.

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan

¹³M. Kasiram, *Metodologi Penelitian* (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 128.

sesuai dengan peringkat *option* (pilihan).

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut :

- | | |
|---|-----|
| a. Sangat Setuju (SS) bobot nilai | : 5 |
| b. Setuju (S) bobot nilai | : 4 |
| c. Kurang Setuju (KS) bobot nilai | : 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) bobot nilai | : 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju(STS) bobot nilai | : 1 |

Sedangkan penentuan skor untuk pernyataan negatif sebagai berikut:

- | | |
|---|-----|
| a. Sangat Setuju (SS) bobot nilai | : 1 |
| b. Setuju (S) bobot nilai | : 3 |
| c. Kurang Setuju (KS) bobot nilai | : 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) bobot nilai | : 4 |
| e. Sangat Tidak Setuju(STS) bobot nilai | : 5 |

4. Penyusunan Tabel (tabulasi)

Tabulasi merupakan proses peringkasan data dan menampilkannya dalam bentuk yang lebih rapi untuk kepentingan analisis lebih lanjut. Tabulasi merupakan yang harus dipertimbangkan sejak awal dalam urutan penelitian. Dalam prosesnya, tabulasi dapat dilakukan secara manual maupun dengan komputer.

5. *Processing*

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat

kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi *SPSS for windows 16*.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi *SPSS for windows 16*.

Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, adalah:

- b. Jika nilai_{hitung} lebih besar dari taraf signifikan(α) = 0,6 maka angket dinyatakan reliabel.
- c. Jika nilai_{hitung} lebih kecil dari taraf signifikan(α) = 0,6 maka angket dinyatakan tidak reliabel.

d. Analisis Data

1) Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan minat pembelian ulang konsumen kue produksi “Yani Djaswadi Griya Katering”.

2) Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya

mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan beberapa cara. Salah satunya adalah dengan menghitung nilai *skewness*-nya.

$$\text{Rumus: Rasio Skewness} = \frac{\text{Skewness}}{\text{Standart Error Skewness}}$$

Dengan kriteria: jika nilai rasio skewness berada pada rentang nilai -1,96 sampai 1,96, maka data tersebut normal dan dapat dilanjutkan untuk pengolahan selanjutnya.

3) Analisis Korelasi

Korelasi *Pearson Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.¹⁴ Langkah-langkah untuk menentukan nilai korelasi (r) sebagai berikut:

1. Membuat tabel penolong
2. Menghitung nilai r

$$\text{Rumus : } r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Korelasi PPM

n : Jumlah sampel

x : Variabel bebas (kualitas produk)

y : Variabel terikat (minat pembelian ulang)

¹⁴ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 197.

Tabel 3.1
Interpretasi nilai r *Product Moment*

Besarnya "r" <i>product moment</i>	Interpretasi
0,00 – 0,20	Antara variabel x dan y terdapat hubungan tapi sangat lemah sekali sehingga korelasi ini diabaikan dan dianggap tidak ada korelasinya.
0,20 – 0,40	Antara variabel x dan y terdapat hubungan yang lemah atau rendah.
0,40 – 0,70	Antara variabel x dan y terdapat hubungan yang sedang atau cukup.
0,70 – 0,90	Antara variabel x dan y terdapat hubungan yang kuat.
0,90 – 1,00	Antara variabel x dan y terdapat hubungan yang sangat kuat.

4) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$$\text{Rumus: } t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kesimpulan:

Jika $\text{sig}(\alpha) > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Jika $\text{sig}(\alpha) < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.