

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Berdasarkan judul yang telah diangkat oleh penulis, maka penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kuantitatif ialah suatu penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan yang mengedepankan sifat objektif dimana didalamnya akan mencakup mengenai pengumpulan data serta analisis data kuantitatif yang akan menggunakan pengujian secara statistik.<sup>1</sup> Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dikarenakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ) Nymaz Hijab Mahasiswi Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2018.

#### **B. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif tersebut berbentuk suatu angka atau sebuah bilangan. Pada penelitian ini data diperoleh dari pembagian kuisioner yang disebar oleh penulis terhadap para responden konsumen Nymaz Hijab yakni mahasiswi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2018 mengenai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kwalitaas produk dan harga.

---

<sup>1</sup> Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Depok: Kencana, 2017), 5.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data yang bersifat primer. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari kuisioner yang disebarakan kepada para responden yakni mahasiswi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2018. Kuisioner ialah suatu cara mengumpulkan data yang dengan cara memberi pertanyaan yang telah disiapkan penulis kemudian akan dijawab oleh responden.<sup>2</sup> Serta dibantupula dengan sumber data sekunder yang didapatkan dari jurnal, serta situs Internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan<sup>3</sup>

### C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilayah dimana didalamnya terdiri dari suatu obyek maupun subyek yang memiliki suatu karakter atau kualitas yang telah ditentukan oleh peneliti kemudian akan ditarik kesimpulannya. Sampel ialah hasil dari penarikan populasi berdasarkan karakter tersebut. Teknik yang digunakan didalam penelitian ini yaitu teknok *simple random sampling*.

Pada penelitian ini jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 87 responden, serta diambil jumlah sampelnya adalah keseluruhan yakni 87 responden dengan kriteria merupakan mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang merupakan konsumen dari toko Nymaz Hijab, dimana telah melakukan pembelian produk hijab basic voal premium umama lebih dari 2 kali.

---

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, 162.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan Ke-8* (Bandung: Alfabeta, 2019), 137.

Menurut Arikunto untuk menentukan sampel dapat dilihat dari jumlah populasi, apabila jumlahnya kurang dari angka 100 maka jumlah sampel yang diambil adalah semuanya, akan tetapi apabila jumlah populasi dari penelitian tersebut lebih dari 100, maka jumlah sampel tersebut yakni antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Total subjek yang dihasilkan dalam penelitian ini yakni 87 orang mahasiswi yang menggunakan produk dari Nymaz Hijab, maka sampel yang diambil semuanya yaitu 87 orang responden.

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ialah suatu alat atau atribut atau sifat atau penilaian dari orang atau suatu objek atau suatu kegiatan yang memiliki spesifikasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang akan dipelajari serta menarik hasil kesimpulannya.<sup>4</sup> Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Variabel Independen atau variabel bebas merupakan suatu variabel yang dapat dikatakan sebagai sebab dari muncul atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat. Pada penelitian ini penulis menggunakan variabel bebas ( $X_1$ ) yaitu kualitas produk dan ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) yaitu harga.
- b. Variabel Dependen atau variabel terikat merupakan suatu variabel yang dapat dikatakan sebagai akibat dari adanya variabel independen atau variabel bebas. Pada penelitian ini penulis menggunakan variabel terikat ( $Y$ ) yaitu kepuasan konsumen.

---

<sup>4</sup> *Ibid*,39.

## E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang membuktikan dengan jelas serta akurat tentang suatu *concept* atau *construct* yang akan diukur. Maka diartikan juga sebagai pemaparan tentang suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengukur suatu *concept*. Penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yakni terdiri dari 2 variabel bebas ( $X_1$ ) yakni kualitas produk dan ( $X_2$ ) yakni harga serta variabel terikat (Y) yakni kepuasan konsumen. Variabel bebas (X) yakni variabel yang menjadi sebab munculnya variabel terikat (Y), sedangkan variabel terikat (Y) yakni variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas (X).

- a. Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk (product quality) ialah suatu sifat atau karakter dari produk maupun suatu jasa yang akan muncul akibat kemampuannya pada saat memenuhi kepuasan konsumen, merupakan sarana terpenting atau utama yang dapat berdampak langsung terhadap kepuasan konsumen. Variabel  $X_1$  yang digunakan oleh penulis yaitu kualitas produk dengan menggunakan 5 indikator sebagai faktor pendukung mengenai kualitas produk, yaitu: *form, costumization, duability, reliability, style*.
- b. Menurut kotler dan amstrong harga ialah sejumlah uang yang dibayarkan oleh pelanggan demi mendapatkan keuntungan atau manfaat atas produk yang telah dibeli. Variabel  $X_2$  yang digunakan oleh penulis memiliki 4 Indikator pendukung didalamnya yakni: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan mutu produk, daya saing produk, dan juga antara harga dengan kegunaan produk sesuai.

c. Menurut Gaspersz kepuasan konsumen memiliki definisi yaitu suatu keadaan yang mencakup kebutuhan, keinginan, maupun pula harapan dari konsumen yang dapat terpenuhi serta terjawab melalui suatu produk tertentu yang telah dikonsumsi. Variabel Y yang digunakan oleh penulis yaitu kepuasan konsumen dengan menggunakan indikator dari teori Boulding dan Keillor, yakni: *recommendation, intention, say good things*.<sup>5</sup>

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian memiliki kegunaan yaitu untuk mengukur nilai dari suatu variabel yang akan diteliti, karena instrumen penelitian memiliki tujuan yaitu menghasilkan suatu data yang akurat. Maka dengan alasan tersebut instrumen penelitian akan mempengaruhi keberhasilan maupun tidaknya sebuah penelitian. Maka penelitian pada penelitian ini menggunakan 1 instrumen penelitian, yakni:

### a. Kuisioner/Angket

Kuisioner atau angket merupakan suatu instrumen penelitian dengan teknik memberikan suatu pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden untuk menjawabnya. Kuisioner tersebut disebarkan kepada responden yaitu mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2018. Instrumen penelitian inipun digunakan untuk menghasilkan data mengenai pengaruh kualitas produk dan harga

---

<sup>5</sup> Ahmad Hilal Fakhrunniza, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shampoo Head & Shoulder pada Santri Pondok Al-Islah Gedangsewu Pare Kediri*, Skripsi-S1 (Kediri: IAIN Kediri, 2018).

terhadap kepuasan konsumen, dengan indikator-penelitian sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Indikator Kualitas Produk**

| Variabel             | Indikator                  | Deskripsi Indikator   |
|----------------------|----------------------------|---|
| Kualitas Produk (X1) | <i>Form</i>                | Bentuk hijab dari Nymaz hijab dapat memenuhi kebutuhan konsumen.  |
|                      | <i>Feature</i>             | Fungsi dasar dari produk Nymaz hijab yakni dapat menutupi aurat dengan baik   |
|                      | <i>Customization</i>       | Kesesuaian bahan hijab yang disajikan Nymaz Hijab dapat memenuhi kebutuhan pasar.   |
|                      | <i>Conformance Quality</i> | Kualitas kinerja dari produk Nymaz Hijab berjalan dengan baik, karena dapat memenuhi fungsinya.   |
|                      | <i>Durability</i>          | Ketahanan produk hijab pada Nymaz Hijab dapat bertahan lama karena bahan yang digunakan.  |
|                      | <i>Reliability</i>         | Kemampuan produk hijab pada Nymaz Hijab dalam menyajikan bahan serta jahitan yang baik, dapat mengatasi permasalahan yang sering muncul |
|                      | <i>Style</i>               | Gaya hijab yang disajikan Nymaz Hijab selalu mengikuti perkembangan pasar, dan kebutuhan konsumen.                                      |

**Tabel 2.2**  
**Indikator Harga**

| Variabel                | Indikator                    | Deskripsi  |
|-------------------------|------------------------------|--|
| Harga (X <sub>2</sub> ) | Keterjangkauan harga         | Harga yang dipasang oleh Nymaz Hijab sesuai dengan kemampuan target pasar yang dituju.             |
|                         | Kesesuaian Harga dengan Mutu | Harga yang diberikan oleh Nymaz Hijab sesuai dengan kualitas atau mutu yang diterima oleh konsumen |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | Daya Saing Produk  | Harga yang dipasang oleh Nymaz Hijab dapat bersaing dengan produk yang sama oleh perusahaan lain                        |
|  | Antara harga dan kegunaan atau manfaat dari produk sesuai. | Harga yang ditetapkan oleh Nymaz Hijab sesuai dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen.                             |
|  | Harga dapat mempengaruhi konsumen saat mengambil keputusan | Harga pada Nymaz Hijab yang terjangkau dapat menarik minat dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produknya. |

**Tabel 2.3**  
**Indikator Kepuasan Konsumen**

| Variabel              | Indikator             | Deskripsi   |
|-----------------------|-----------------------|---|
| Kepuasan Konsumen (Y) | Keandalan             | Kemampuan Nymaz Hijab memenuhi produk sesuai dengan yang dijanjikan.                    |
|                       | Ketanggapan           | Kemampuan Nymaz Hijab menyediakan produk secara cepat sesuai dengan keinginan konsumen. |
|                       | Berwujud              | Penampilan fisik dari produk Nymaz Hijab dapat terpenuhi dengan baik.                   |
|                       | Empati                | Nymaz Hijab mengetahui kebutuhan hijab yang diinginkan konsumen.                        |
|                       | Jaminan dan kepastian | Nymaz Hijab dapat menjamin dengan pasti akan produk hijab yang dijualnya                |

### G. Analisis Data

Analisis data dapat diartikan sebagai kegiatan yang bertujuan mengelompokkan data hasil penelitian berdasarkan variabel dan juga responden, untuk menghasilkan kesimpulan yang logis maupun juga objektif. Penelitian ini menggunakan bantuan dari IBM SPSS versi 25 untuk memperoleh hasil data yang dipaparkan. Berikut tahapannya:

a. *Editing*

Untuk mengetahui apakah data dari kuisisioner yang diperoleh dari responden layak atau tidak untuk diteruskan.

b. *Coding*

Dimana pada tahapan ini merupakan proses untuk memberikan kode atau tanda dari hasil kuisisioner, untuk menyusun hasil kuisisioner berdasarkan macam-macamnya.

c. *Scoring*

Merupakan tahapan pemberian nilai atau skor pada setiap jawaban hasil kuisisioner yang diperoleh dari responden. Dimana pada penelitian ini pemberian skor terdiri dari 5 tingkat, yakni:

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

| <b>Jawaban</b>      | <b>Skor</b> |
|---------------------|-------------|
| Sangat setuju       | 5           |
| Setuju              | 4           |
| Kurang setuju       | 3           |
| Tidak setuju        | 2           |
| Sangat tidak Setuju | 1           |

d. *Tabulasi Data*

Merupakan tahapan menyusun data dengan bentuk tabel agar mudah dipahami dan dibaca.

e. *Processing*

1) Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen bertujuan untuk menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang dihasilkan dapat dikatakan valid serta bebas dari bias, dengan cara melakukan suatu analisis dengan

mengkorelasi nilai pada nomor pertanyaan dengan hasil total dari nilai nomor pertanyaan. Suatu instrumen akan dikatakan valid apabila:

- a) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item angket dinyatakan valid dan dapat digunakan.
- b) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan.

## 2) Uji Realibilitas Instrumen

Uji realibilitas memiliki tujuan yaitu untuk mendapatkan maupun mengetahui apakah instrumen didalam mengukur dapat menghasilkan data yang sama walaupun dalam waktu yang berubah atau berbeda. Semakin tinggi tingkat realibilitas maka akan menunjukkan hasil yang semakin terpercaya. Ukuran kemantapan alpha dapat didefinisikan sebagai berikut:<sup>6</sup>

- a) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- b) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- c) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- d) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliabel
- e) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel

## 3) Uji Deskriptif

Tujuannya yakni untuk mengetahui kecenderungan dari data, dimana sebelumnya telah ditentukan dalam penelitian melalui skala yang ditetapkan, sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2018), 97.

**Tabel 3.2**  
**Skala Kecenderungan**

| <b>Kriteria Kecenderungan</b>    | <b>Kategori</b> |
|----------------------------------|-----------------|
| $X \geq M + 1,5 SD$              | Sangat baik     |
| $M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$ | Baik            |
| $M - 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$ | Cukup baik      |
| $M - 0,5 SD \leq X < M - 1,5 SD$ | Kurang baik     |
| $X < M - 1,5 SD$                 | Tidak baik      |

#### 4) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki tujuan yaitu agar suatu data yang diperoleh memiliki ketetapan, konsisten, serta tidak bersimpangan. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan oleh penulis yaitu:

##### a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menunjukkan hasil dari model regresi variabel apakah berdistribusi normal. Maka untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal digunakan kolmogorov-smirnov, pedoman sebagai berikut:<sup>7</sup>

a) Apabila nilai signifikansi (significance level)  $> \alpha$  (0,05) maka data tersebut dikatakan memiliki distribusi normal.

b) Apabila nilai signifikansi (significance level)  $< \alpha$  (0,05) maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.<sup>8</sup>

##### b) Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menunjukkan korelasi suatu variabel terhadap variabel yang lainnya. Untuk mengetahui hal tersebut, digunakan cara sebagai berikut:<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Singgih Santoso. *SPSS Versi 11.5* (Jakarta: Gramedia,2019), 393.

<sup>8</sup> Dwi priyanto, *Mandiri Belajar SPS*, ( Jakarta: Buku Kita, 2016),38.

- a) Multikolinieritas terjadi apabila nilai VIF dari variabel bebasnya  $>10$
- b) Multikolinieritas terjadi apabila nilai tolerance  $< 0,10$ .
- c) Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan, perbedaan varian residual terhadap periode pengamatan yang lain. Maka dalam penelitian ini digunakan grafik scatterplot, dimana apabila timbulnya suatu pola yang bersifat teratur maka akan menunjukkan adanya heterokedastisitas. Dan apabila tidak timbulnya pola tertentu maka menyimpulkan tidak adanya heterokedastisitas.

- d) Uji Autokorelasi

Bertujuan untuk korelasi antar data yang akan diregresikan, dengan cara menggunakan nilai dari *Durbin Waston* (DW), kriterianya sebagai berikut:

- i. Apabila nilai  $dw < dl$  atau  $dw > (4-dl)$  maka terdapat autokorelasi
- ii. Apabila  $dl < dw < 4-dl$  maka tidak terdapat autokorelasi
- iii. Apabila  $dl < dw < du$  atau  $4 - du < dw < 4-dl$  maka tidak ada kesimpulan

## 5) Analisis Korelasi (R)

Korelasi (Person Product Moment) ialah suatu cara untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan variabel Y dengan

---

<sup>9</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2017), 91.

bentuk interval dan rasio. Maka dalam penelitian ini digunakan kriteria sebagai berikut:<sup>10</sup>

| Besarnya “r” product moment | Interpretasi                                  |
|-----------------------------|---|
| 0,00-0,20                   | Variabel X dan Y berpengaruh Sangat Lemah     |
| 0,20-0,40                   | Variabel X dan Y berpengaruh yang Lemah       |
| 0,40-0,60                   | Variabel X dan Y berpengaruh yang Sedang      |
| 0,60-0,80                   | Variabel X dan Y berpengaruh yang Kuat        |
| 0,80-1,00                   | Variabel X dan Y berpengaruh yang Sangat Kuat |

#### 6) Analisis Korelasi Berganda

Dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Nilai signifikansi F change < 0,05 artinya berkorelasi
- b) Nilai signifikansi F change > 0,05 artinya tidak berkorelasi

Dengan ketentuan:

- a) 0,00 – 0,20 maka tidak ada korelasi
- b) 0,21 – 0,40 maka korelasi lemah
- c) 0,41 – 0,60 maka korelasi sedang
- d) 0,61 – 0,80 maka korelasi kuat
- e) 0,81 – 1,00 maka korelasi sempurna

#### 7) Analisis Regresi Linier Berganda

Salah satu teknik secara statistik untuk menghubungkan variabel independen dan dependen secara statistik. Persamaanya yakni:<sup>11</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

<sup>10</sup> C. Trihendradi, *7 Langkah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 21* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 197-198.

<sup>11</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19, Edisi 5* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2017), 95.

$Y$  = Kepuasan Konsumen

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien untuk variabel Kualitas Produk

$b_2$  = Koefisien untuk variabel Harga

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Harga

#### 8) Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis uji signifikan parsial (**uji t**), untuk mengetahui nilai dari variabel bebas apakah mempengaruhi terhadap nilai dari variabel terikat. Ketentuan penolakan hipotesis sebagai berikut:<sup>12</sup>

1) Jika nilai signifikansi  $t >$  nilai  $\alpha$  (5%) , dapat dikatakan hipotesis menolak hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menerima hipotesis nol ( $H_0$ ).

Dimana berarti tidak adanya pengaruh parsial terhadap kedua variabel tersebut.

2) Jika nilai signifikansi  $t <$  nilai  $\alpha$  (5%), maka menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nol ( $H_0$ ). Dimana berarti

adanya pengaruh secara parsial antara kedua variabel tersebut.

#### 9) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kualitas produk, harga terhadap kepuasan konsumen. Apabila probabilitas  $<$  taraf signifikan artinya ada hubungan antara kedua

---

<sup>12</sup> Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta : Salemba Empat, 2014), Edisi 2 : 228.

variabel. Apabila probabilitas  $>$  taraf signifikan artinya tidak ada hubungan antara kedua variabel.

#### 10) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Bertujuan sebagai alat ukur secara determinasi seberapa besar kemampuan variabel X dalam menjelaskan variabel Y. Dalam menghitung koefisien determinasi  $R^2$  maka peneliti menggunakan bantuan dari IBM SPSS Versi 25 untuk mengolah data. Dengan ketentuan apabila semakin kecil nilai determinasi atau mendekati 0, maka dapat dikatakan variabel X dan Y tidak memiliki pengaruh. Apabila nilai determinasi mendekati 1, maka semakin besar pengaruh antara variabel X dan Y.