

BAB III

METODE PENELITIAN

Uraian mengenai metodologi penelitian ini meliputi *setting* penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrument penelitian, dan teknik analisa data.

A. *Setting* Penelitian

Penelitian dilakukan di UIN Raden Fatah Palembang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Penelitian dilakukan kepada mahasiswi yang pernah melihat iklan shampoo merek Sariayu Hijab di televisi, dan mahasiswi tersebut juga masih aktif dan tidak sedang mengambil cuti kuliah.

Peneliti mengambil responden mahasiswi UIN Raden Fatah Fakultas FEBI ini karena peneliti beranggapan bahwa mahasiswinya tersebut merupakan konsumen potensial bagi produk shampoo tersebut karena mereka semua berhijab, karena itu difokuskan terhadap mahasiswi, utamanya angkatan 2011-2013.

B. Desain Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang disebutkan sebelumnya, maka desain tulisan ini termasuk pada jenis deskriptif kuantitatif.

Panelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random,

pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan⁴².

Penelitian pada umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data lapangan. Untuk mengumpulkan data digunakan instrumen penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik⁴³.

Dengan kata lain hasil penelitian yang diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitian, kemudian dianalisis pula dengan kata-kata apa yang melatarbelakangi responden (berpikir, berperasaan, dan bertindak) seperti itu tidak seperti lainnya, direduksi, ditriangulasi, disimpulkan (diberi makna oleh peneliti), dan diverifikasi, atau dikonsultasikan kembali kepada responden.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini dari segi tujuannya termasuk penelitian deskriptif kuantitatif yang memaparkan tentang minat beli terhadap suatu produk dan faktor-faktor yang melatarbelakangi minat beli tersebut secara apa adanya. Sumber data penelitian ini berupa *data primer* dan *data sekunder*.

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 14

⁴³*Ibid.*, hlm. 14

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan data skunder.

1) Data primer

Data primer diperlukan sebagai data yang didapat secara langsung yaitu melalui data yang didapat dari responden yang akan diteliti secara langsung dengan cara kuisisioner atau daftar pertanyaan yang sudah disiapkan.

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui mencatat data yang telah dikumpulkan dari berbagai pihak yang berhubungan dan studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan masalah penelitian.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Secara etimologi populasi adalah sekelompok orang, benda, atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel; suatu kumpulan yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian⁴⁴. Dikatakan juga bahwa populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu⁴⁵.

Dengan kata lain, singkatnya populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek yang akan atau hendak diteliti. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh mahasiswi UIN Raden Fatah Fakultas FEBI yang masih kuliah dan tidak

⁴⁴Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,(Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm.898

⁴⁵Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 84

dalam masa cuti dan sudah pernah melihat iklan shampoo Sariayu Hijab di televisi.

Sampel adalah suatu contoh yang diambil dari populasi⁴⁶, menurut Iqbal Hasan sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu⁴⁷. Atau sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit dari pada jumlah populasinya).

Dari pengertian sampel di atas didapat bahwa sampel merupakan bagian terkecil atau yang terkecil dari populasi yang akan digunakan sebagai objek penelitian. Penelitian terhadap responden hanya dapat dilakukan dalam ruang lingkup sampel dalam skala kecil dikarenakan berbagai keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti untuk melakukan penelitian secara lebih luas.

Peneliti dalam hal ini menggunakan mahasiswi Fakultas FEBI UIN Raden Fatah sebagai sampel yang diharapkan dapat mewakili dari populasi yang pernah melihat Produk Shampoo merek Sariayu Hijab untuk dilakukan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian ini. Dalam desain pengambilan sampelnya *Nonprobability sampling* menjadi pilihan peneliti, karena setiap sampel dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian.

Dikarenakan penelitian ini mengambil sampel berdasarkan atas pertimbangan tertentu atau cara pengambilan sampel yang semua objek atau

⁴⁶Masyhuri dan Zainuddin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung: Refika Aditama, 2011), hlm. 161

⁴⁷Iqbal Hasan, *Pokok-pokok... op.cit.*, hlm. 84

elemen populasinya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel⁴⁸. Penentuan sampel dipilih, dikarenakan sampel harus memenuhi persyaratan yang harus dipenuhi oleh responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *settingnya*, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya⁴⁹.

Metode yang penulis gunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan melakukan *survey* terhadap mahasiswa UIN Raden Fatah Fakultas FEBI yang pernah melihat iklan shampoo merek Sariayu Hijab di televisi melalui penyebaran kuesioner. Penulis membuat daftar pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden yang diambil

⁴⁸*Ibid.*, hlm. 91

⁴⁹Sugiyono, *Metode ...op.cit.*, hlm. 309

sebagai sampel, yaitu mengenai pengaruh atribut iklan shampoo merek Sariayu Hijab di televisi terhadap motivasi konsumen untuk membeli.

Bentuk dari kuesionernya terdiri dari bagian pertama tentang identitas responden, bagian kedua berisikan pertanyaan - pertanyaan.

F. Variabel-variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya⁵⁰. Jadi, variabel adalah suatu alat atau atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi penilaian tentang bauran shampoo merek Sariayu Hijab (produk, harga, promosi, dan distribusi), terhadap minat konsumen untuk membeli.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Atau dependen adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel independen atau variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah motivasi konsumen untuk membeli, yang merupakan reaksi dari seseorang terhadap produk, harga, promosi, atau distribusi shampoo Sariayu Hijab.

⁵⁰*Ibid.*, hlm. 69

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang mempengaruhinya positif maupun negatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran.

G. Instrument Penelitian

Instrumen dalam penelitian kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi, dan kuesioner⁵¹. Karena itu instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrument, serta pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data sebelum dilakukan pengukuran variabel.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*, skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial⁵². Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Adapun skala

⁵¹*Ibid.*, hlm. 305

⁵²*Ibid.*, hlm. 134

ukuran yang digunakan oleh penulis untuk menghitung jawaban skor responden menggunakan skala *likert*, ukuran skala yang digunakan ada 5 skala, yaitu:

- Sangat setuju (SS) : diberi nilai 5
- Setuju (S) : diberi nilai 4
- Netral (N) : diberi nilai 3
- Tidak setuju (TS) : diberi nilai 2
- Sangat tidak setuju (STS) : diberi nilai 1

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam sebuah penelitian. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia⁵³.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antar komponen variabel terhadap minat beli konsumen. Analisis statistik yang digunakan didalam penelitian ini antara lain adalah metode korelasi *product moment* dari Pearson. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n x_i y_i}{\sqrt{\sum_{i=1}^n x_i^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n y_i^2}} \quad 54$$

⁵³*Ibid.*, hlm. 333

⁵⁴Muhammad Firdaus, *Ekonomitrika suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 36

Metode ini disebut juga koefisien korelasi Pearson (*Pearson's product moment coefficient correlation*) digunakan apabila pengukuran kuantitatif dapat dilakukan.