

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka desain penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden, yaitu konsumen atau pengunjung 212 Mart Veteran Utama Palembang.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di 212 Mart Veteran Utama Palembang yang beralamat di Jalan R.E Martadinata Kel. 2 Ilir, Kec. Ilir Timur II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30125.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode tradisional yang sudah lama mentradisi sebagai metode penelitian yang berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.¹ Dalam penelitian ini, data diperoleh secara langsung dengan mengisi kuesioner sebagai alat penelitian.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,... hlm. 7

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan dari masing-masing sumber data yang digunakan dalam penelitian.²

1. Data Primer

Data Primer adalah data pertama yang diperoleh langsung dari tempat objek penelitian dilakukan. Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung kepada pembeli di 212 Mart Veteran Utama Palembang serta informasi yang terkait dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber kedua dari data yang kita butuhkan. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari dokumentasi, website, e-book, buku, jurnal dan data yang diperoleh dari pemilik 212 Mart Veteran Utama Palembang.

² M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 132.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah umum yang mencakup objek atau subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian dapat ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di 212 Mart Veteran Utama Palembang yang tidak dapat ditentukan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Non Probability Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁴ Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Sampling Insidental* karena dilakukan kepada siapa saja konsumen 212 Mart Veteran Utama Palembang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan bersedia dijadikan responden apabila orang tersebut kebetulan cocok menjadi responden.

Dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini, menggunakan rumus Hair et al di dalam buku Gusti Ayu Ketut, yaitu tergantung pada jumlah indikator dikalikan 5 sampai 10. Menurut Hair et al di dalam

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm.80

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D....* hlm. 84

buku Gusti Ayu Ketut juga mengemukakan bahwa ukuran sampel yang memadai berkisar antara 100 sampai 200 responden.⁵

Rumus:

$$\text{Ukuran Sampel (S)} = \text{Jumlah indikator} \times 10$$

$$\text{Ukuran sampel (S)} = 14 \times 10 = 140$$

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel untuk penelitian ini yaitu sebanyak 140 responden di 212 Mart Veteran Utama Palembang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan yang terpenting yaitu pengumpulan data, yang mana dalam penelitian perlu dipantau agar data yang diperoleh dapat terjaga tingkat validitas dan realibitasnya.⁶ Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan datanya dengan cara teknik penyebaran metode angket/ kuesioner. Angket/ kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dapat berupa sejumlah pertanyaan tertulis dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari responden tentang apa yang responden alami dan ketahuinya.⁷ Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang berbelanja di 212 Mart Veteran Utama Palembang.

⁵ Gusti Ayu Ketut, dkk, *Peran Digital Marketing untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Sektor Kuliner di Bali)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 28

⁶ Sandu Siyoto dan M.Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 75

⁷ Sandu Siyoto dan M.Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, hlm. 79

Pada penelitian ini kuesioner yang digunakan yaitu dengan tingkat pengukuran skala likert. Skala likert yaitu jenis skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial.⁸ Dengan skala Likert, variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator variabel ini akan menjadi tolak ukur dalam menyusun beberapa pertanyaan. Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini, sebagai berikut:⁹

Tabel 3.1
Skala Likert

| Kriteria | Skor |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Netral (N) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

F. Variabel-variabel Penelitian

Variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai suatu atribut atau objek, yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:¹⁰

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau muncul karena adanya variabel

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm.93

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*,.... hlm. 93-94

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*,.... hlm. 39

terikat (dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Etika Bisnis Islam (X_1) dan Harga (X_2).

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel Dependen adalah hasil dari variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (dependen). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

G. Definisi Operasional Variabel

Sebelumnya, manajemen dalam menjalankan perusahaannya harus terdapat dalam Al-Qur'an yang mana bertujuan kemaslahahan bagi umat manusia. Dengan ini sistem ekonomi Islam mampu memberikan kebebasan serta pemilikan kepada individu. Berdasarkan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan, maka akan dijelaskan operasionalisasi variabel penelitian, sebagai berikut:

1. Variabel Bebas yaitu X_1 (Etika Bisnis Islam)

Terdapat nilai dasar etika bisnis Islam (indikator) yang dapat digunakan untuk mengukur etika bisnis Islam, sebagai berikut:

a. Kesatuan

Yang mana 212 Mart melakukan transaksi jual-beli berdasarkan perspektif Al-qur'an dan hadist. Sebagaimana bahwa setiap manusia itu sama dimata Allah. Seperti halnya dengan 212 mart tidak membedakan latar belakang konsumen baik itu non muslim atau

muslim, fisik lemah atau sehat saat melakukan transaksi di 212 Mart Veteran Utama Palembang.

b. Keseimbangan

Dimana 212 mart dalam melakukan operasional atau berhadapan langsung dengan konsumen, 212 mart tidak menawarkan produk yang mereka jual dengan harga yang berbeda setiap konsumen. Tetap sesuai kesepakatan manajemen 212 mart. Pihak 212 juga memberikan pelayanan yang sama ke semua konsumen yang berbelanja di 212 mart.

c. Kehendak Bebas

Dalam hal ini kebebasan dalam suatu kegiatan bisnis baik itu dari pihak 212 maupun konsumen itu sendiri. Karena jika konsumen tidak jadi berbelanja di 212 mart, itu hak mereka dan bebas memilih produk yang mereka inginkan. Tidak ada keterpaksaan dalam hal berbelanja di 212 mart. Dan konsumen juga dapat menyampaikan kritik dan saran kepada 212 mart jika terdapat pelayanan yang kurang memuaskan. Sedangkan, untuk Anggota 212 mart juga memiliki kebebasan sesuai standar kebijakan dari 212 Mart veteran utama Palembang.

d. Tanggung Jawab

Dalam hal ini, 212 mart harus bertanggung jawab jika terdapat keluhan dari konsumen yang berbelanja dan juga bertanggung jawab atas semua kegiatan yang telah dilakukan

e. Kebenaran

Pihak 212 mart dalam segala kegiatan bisnis harus memiliki sikap kebenaran, dimana dengan menentukan harga produk yang dijual sesuai dengan manfaat konsumen rasakan. Selain itu juga dalam hal kerjasama atau perjanjian dengan pihak lain juga harus dilakukan dengan benar agar tidak mengalami kerugian salah satu pihak.

2. Variabel bebas atau X2 (Harga)

Dalam variabel harga ini, manajemen supply itu perlu yang mana sebuah sistem yang melibatkan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi dan penjualan produk dalam rangka memenuhi permintaan akan produk tersebut rantai pasokan didalamnya termasuk seluruh proses dan kegiatan yang terlibat didalam penyampaian produk sampai ketangan konsumen. Dalam hal ini 212 Mart sebagai Retail Outlets, yang mana merupakan pengecer yang menawarkan barangnya langsung kepada konsumen. Sebelum itu, terdapat supplier (sumber menyediakan bahan pertama) kemudian dihubungkan ke Manufacture yang akan menyalurkan barang tersebut melalui distributor, setelah itu barang disalurkan hingga ke pengecer (Retail Outlets) dan rantai supply berhenti ketika barang atau produk sampai ke pengguna (Konsumen). Hal ini bertujuan untuk meminimalkan biaya keseluruhan dan terdapat indikator yang digunakan untuk mengukur suatu harga, sebagai berikut:

a. Keterjangkauan Harga

Dalam hal ini sesuai dengan manajemen supply, 212 Mart dapat menetapkan harga produk yang terjangkau untuk konsumen untuk dapat melakukan pembelian di 212 Mart.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

212 Mart juga menetapkan harga produk yang dijual sesuai kualitas produknya. Jika kualitasnya bagus, maka terdapat kenaikan harga yang masih terjangkau untuk konsumen.

c. Daya saing harga

Dalam hal ini, 212 Mart juga menetapkan harganya sesuai perekonomian pada saat ini, dan daya saingnya juga tidak jauh berbeda daripada minimarket lainnya.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan

212 Mart juga menetapkan harga produk yang mereka jual sesuai manfaat yang dirasakan. Karena konsumen akan mempertimbangkan produk tersebut dengan manfaat yang akan dirasakan. Jika manfaatnya baik pastinya mereka akan melakukan pembelian.

3. Variabel Terikat atau Y (Keputusan Pembelian)

Dalam hal ini terdapat alat atau sesuatu (indikator) yang dapat mengukur suatu keputusan pembelian konsumen, sebagai berikut:

a. Pengenalan Masalah

Berbelanja di 212 Mart, konsumen penasaran dengan minimarket tersebut dan mereka melakukan pembelian sesuai keinginan sendiri serta sesuai kebutuhan produk yang ingin mereka beli.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang berbelanja di 212 Mart, mereka mendapat informasi melalui internet, teman ataupun keluarga. Karena 212 Mart cukup banyak informasi apalagi melalui media sosial.

c. Evaluasi Alternatif

212 Mart memiliki pelayanan yang baik dan tempatnya sangat membuat nyaman apalagi selalu memutar audio islami, dengan begitu, konsumen memutuskan pembelian di 212 Mart walaupun mereka memiliki berbagai alternatif lainnya.

d. Keputusan Pembelian

Dalam hal ini konsumen memilih dan memutuskan pembelian di 212 Mart dibanding minimarket yang lain. Karena mereka mengetahui atau menyadari bahwa dengan membeli di 212 Mart, mereka mendukung minimarket yang bergerak berbasis syariah.

e. Perilaku pasca pembelian

Dalam hal ini perilaku pasca pembelian, konsumen merasa puas berbelanja di 212 Mart dengan fasilitas yang diberikan. Mereka akan merekomendasikan serta melakukan ulang berbelanja di lain waktu pada 212 Mart.

Tabel 3.2**Definisi Operasional Variabel**

| No | Variabel Penelitian | Definisi | Indikator | Skala |
|-----------|----------------------------|--|---|--------------|
| 1 | Etika Bisnis Islam (X1) | Suatu perilaku manusia dalam melakukan suatu aktivitas bisnis dengan tujuan untuk mencari rezeki dan mendapat keuntungan sesuai syariah (ajaran Al-qur'an dan As-Sunnah) serta selalu mengingat Allah dalam rangka beribadah | 1. Kesatuan (Unity) 2. Keseimbangan (Equilibrium) 3. Kehendak Bebas (Free Will) 4. Tanggung Jawab (Responsibility) 5. Kebenaran (Benevolence) | Likert |
| 2 | Harga (X2) | Sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan atau memperoleh suatu keinginan atau kebutuhan (produk). | 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan | Likert |
| 3 | Keputusan Pembelian (Y) | Salah satu bentuk perilaku konsumen dalam memilih suatu produk dan melalui proses dalam mengevaluasi atau menganalisis berbagai macam pilihan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian | 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian Perilaku pasca pembelian | Likert |

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

H. Instrumen Penelitian yang Digunakan

1. Uji Validitas

Uji validitas item ialah uji instrumen data yang digunakan untuk mengetahui seberapa akurat atau kelayakan setiap item pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas di penelitian ini dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan pengujian dua sisi dengan taraf signifikan 0.05 (5%) dari *degree of freedom* (df)= $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel.. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka item dinyatakan valid, sedangkan r hitung $<$ r tabel, maka item dinyatakan tidak valid.¹¹

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap (konsisten) jika pengukuran diulang kembali. Uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach's alpha* pada masing-masing variabel. Jika memiliki nilai *cronbach's alpha* $>$ dari 0,60 artinya realibitasnya cukup sedangkan *cronbach's alpha* $>$ dari 0,80 artinya realibitasnya kuat.¹²

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

¹¹ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo : CV. Wade Group, 2017), hlm. 65

¹² Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*,... hlm. 79

Uji normalitas merupakan pengujian tentang kenormalan terhadap distribusi data. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul berdistribusi normal atau tidak.¹³ Uji normalitas dapat dilihat melalui sebuah grafik normal P-P plot. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan dari asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan antara variabel independent atau variabel bebas dalam model regresi. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*. Apabila nilai $VIF > 10,00$ atau nilai $tolerance > 0,01$ maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai $VIF < 10,00$ atau nilai $tolerance < 0,01$ maka tidak terjadi multikolinearitas.¹⁴ Jadi nilai *VIF* dan *tolerance* sejalan.

c. Uji linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak.

¹³ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika : Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta : Bumi Aksara,2019), hlm 211

¹⁴ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika : Suatu Pendekatan Aplikatif*,.... hlm. 236-237

Uji linearitas dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).¹⁵ Pengujian diajukan dalam SPSS dengan *test for linearity* pada taraf signifikansi $> 0,05$. Hal ini berarti variabel bebas berkorelasi linier dengan variabel terikat. Sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$, maka variabel bebas tidak memiliki korelasi linier dengan variabel terikat.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui terdapat penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.¹⁶ Salah satu cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan metode *Scatter plot*, titik-titik dari hasil pengolahan data antara Z_{pred} dan S_{resid} menyebar di bawah maupun di atas titik origin pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola teratur. Jika tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar), kemudian menyempit pada gambar *Scatter plot*, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

¹⁵ Hadi Ismanto dan Silviana Pebruary, *Aplikasi SPSS dan Eviewdalam analisis data penelitian*, (Yogyakarta : Deepublish, 2021) hlm. 77

¹⁶ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika : Suatu Pendekatan Aplikatif*, Op.cit, hlm. 224

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan regresi di mana variabel terikat/ dependen (Y) dihubungkan dengan lebih dari satu variabel bebas/ independen. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) yaitu etika bisnis Islam (X_1) dan harga (X_2). Sedangkan yang menjadi variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian (Y).

Persamaan umum regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:¹⁷

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta regresi

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1 (Etika Bisnis Islam)

X_1 = Variabel independen (Etika Bisnis Islam)

b_2 = Koefisien regresi variabel X_2 (Harga)

X_2 = Variabel independen (Harga)

e = Variabel pengganggu (error)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

¹⁷ Hadi Ismanto dan Silviana Pebruary, *Aplikasi SPSS dan Eview dalam analisis data penelitian*, Op.cit, hlm. 82

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian yang bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁸ Ketentuan dalam uji t dengan nilai signifikan yang digunakan 5% (0,05) sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji f merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama.¹⁹ Ketentuan dalam uji simultan (uji F) dengan nilai signifikan yang digunakan 5% (0,05) sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terbukti keempat variabel secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian H_1 diterima.

¹⁸ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*, (yogyakarta : Deepublish, 2020), hlm. 141

¹⁹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*,... hlm.142

- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terbukti bahwa keempat variabel secara simultan tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian H_1 ditolak.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan suatu model dalam menjelaskan perubahan (naik turunnya) variabel dependen. Dengan menggunakan uji koefisien determinasi ini, dapat mengukur ketepatan atau kesesuaian garis regresi untuk memprediksi variabel terikat/ dependen (Y). Nilai uji koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu, yaitu $0 \leq R^2 \leq 1$.²⁰

²⁰ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), hlm. 122