

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana menurut Sugiyono, penelitian asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁸⁶ Dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana, penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.⁸⁷

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi lokasi penelitian adalah Pasar Kayu Agung yang beralamat di Pasar Kayu Agung, Jl. Letnan Mukhtar Saleh, Cinta Raja, Kec. Kayu Agung, Kab. Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan 30867. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena ingin melihat apa saja yang mempengaruhi perilaku pedagang disini, terutama melalui variabel independen yang peneliti lakukan.

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 63

⁸⁷ Deni Darnawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 37

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menganalisis dalam bentuk data-data yang berupa angka. Hal ini bertujuan melihat lebih jauh dan lebih mendalam terhadap suatu topik yang dijadikan objek.⁸⁸ Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa jawaban responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, sebagai instrumen penelitian kemudian dianalisis menggunakan bantuan program SPSS versi 26 untuk membuktikan adanya hubungan-hubungan antar variabel yang diteliti.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian.⁸⁹ Data diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden, yaitu pedagang di Pasar Kayu Agung. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur pemahaman etika bisnis Islam, religiusitas dan perilaku pedagang.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian.⁹⁰

⁸⁸ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Yogyakarta: PT Caps Buku Seru, 2011), hlm. 109

⁸⁹ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), hlm. 128

⁹⁰ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 190

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pedagang di pasar Kayu Agung yang memiliki karakteristik menjual sembilan bahan pokok (sembako).

Seperti diketahui, menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 115/MPP/Kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1998 (dalam Juansyah, 2018:88), sembako (sembilan bahan pokok) meliputi : 1) Beras, jagung dan sagu, 2) Sayur-sayuran dan buah-buahan, 3) Daging (sapi, ikan dan ayam), 4) Susu, 5) Telur, 6) Gula pasir, 7) Garam yang mengandung yodium/iodium, 8) Minyak dan margarin, 9) Minyak tanah atau gas elpiji. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah pedagang yang menjual diantara kesembilan bahan pokok tersebut.

Terdapat sebanyak 632 pedagang yang terdata di dinas perdagangan kabupaten Ogan Komering Ilir. Namun, jenis dagangan nya tidak terdata. Oleh sebab itu, maka peneliti melakukan perhitungan secara langsung, dan berdasarkan hasil perhitungan peneliti, terdapat 141 pedagang sembako yang beragama Islam. Dengan demikian, populasi pada penelitian ini adalah 141 pedagang sembako.

2. Sampel

Sampel merupakan suatu bagian (Subset) dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.⁹¹

⁹¹ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), hlm. 145

Apabila jumlah responden kurang dari 100, sampel diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sedangkan apabila jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10% - 15% atau 20% - 25% (Arikunto, 2002: 112).

Jadi, dari 141 pedagang yang menjadi populasi, peneliti mengambil sampel sebesar 25%, maka 25% dari 141 = 35,25. Sehingga yang menjadi sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 35 pedagang sembako muslim di pasar Kayu Agung.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Simple Random Sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁹²

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yakni melalui angket atau kuesioner. Dimana kuesioner dibagikan langsung kepada sampel. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁹³ Kuesioner yang digunakan yaitu skala *likert*. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden dengan memberikan tanda pada pilihan jawaban yang tersedia dari 1 sampai 5 pilihan mulai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm.85

⁹³ *Ibid*, hlm.142

Tabel 3.1**Skala Likert**

No.	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang akan ditetapkan oleh penelitian agar dapat dipelajari, sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian dapat ditarik kesimpulannya.⁹⁴ Variabel dalam penelitian ini dibedakan dalam dua kategori utama, yaitu variabel terikat (dependent) dan variabel bebas (independent). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Sedangkan variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau berubah/memengaruhi suatu variabel lain (variabel terikat).⁹⁵ Dalam penelitian ini perilaku pedagang Muslim merupakan variabel terikat sedangkan pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas merupakan variabel bebas.

⁹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan r&d*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 38

⁹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 110

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Pemahaman Etika Bisnis Islam (X1)	Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai - nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.	<ul style="list-style-type: none"> - Kesatuan (Tauhid) - Keseimbangan - Kehendak bebas - Tanggung jawab - Ihsan 	Likert
Religiusitas (X2)	Religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.	<ul style="list-style-type: none"> - Keyakinan (Aqidah) - Praktik Agama (Peribadatan) - Pengamalan (Akhlak) 	Likert
Perilaku Pedagang Muslim (Y)	Perilaku pedagang merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang. Yang dalam hal ini pedagang muslim, dimana perilaku pedagang yang senantiasa berusaha menjalankan bisnis nya dengan menerapkan nilai-nilai Islam seperti yang dicontohkan Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam.	<ul style="list-style-type: none"> - Kejujuran - Amanah - Tepat menimbang - Menjauhi praktik <i>gharar</i> - Tidak melakukan penimbunan barang (<i>ihthakar</i>) - Tidak melakukan <i>al-ghab</i> dan <i>tadlis</i> - Saling menguntungkan 	Likert

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu data yang diperoleh melalui kuesioner.⁹⁶ Metode validitas ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item.

⁹⁶ I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), hlm. 51

Skor total item merupakan penjumlahan dari keseluruhan item pengujian validitas instrument, dilakukan dengan menggunakan SPSS 26 dengan cara sebagai berikut.

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pertanyaan tersebut valid
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pertanyaan tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.⁹⁷ Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas berarti keandalan atau konsistensi.⁹⁸ Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui reliability statistics pada detail Cronbach alpha dalam perhitungan menggunakan SPSS 26. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut.

- a. Reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0.60
- b. Tidak reliabel jika nilai Cronbach alpha < 0.60

3. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Pada

⁹⁷ *Ibid*, hlm.45

⁹⁸ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Medan: FEBI UINSU, 2016), hlm. 69-70

dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian parametric-test (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal).⁹⁹

Menentukan uji normalitas dalam SPSS dapat digunakan dengan cara uji K-S (Kolmogorov-Smirnov). Dalam uji K-S (Kolmogorov-Smirnov) data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai (Sig.) > 0,05 maka data residual berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai (Sig.) < 0,05 maka data residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wijaya sebagaimana yang dikutip oleh Haryadi Sarjono dan Winda Julianita dalam buku SPSS vs LISREL, heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰⁰

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *Scatter Plot* pada output SPSS 26 antara nilai prediksi variabel terikat (*Zpred*) dengan residualnya (*Sresid*). Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar

⁹⁹ Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 53

¹⁰⁰ *Ibid*, hlm. 66

diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi (bebas) heteroskedastisitas dalam data.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat multikolinearitas yang harus diatasi.¹⁰¹

Uji multikolinieritas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu. Statistik uji yang tepat adalah VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai dari $VIF > 10$ maka terjadi gejala multikolinieritas diantara variabel bebas, sebaliknya jika nilai dari $VIF < 10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas di antara variabel bebas.¹⁰² Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan bantuan SPSS 26.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Data yang telah diperoleh dianalisis secara kuantitatif guna menjelaskan pengaruh satu kejadian terhadap kejadian lain secara matematis. Analisis kuantitatif tersebut dapat dilakukan dengan analisis regresi menggunakan bantuan SPSS 26. Analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai

¹⁰¹ Husain Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, (Jakarta: Jakarta Press, 2010), hlm. 80

¹⁰² Deny Kurniawan, *Regresi Linier* (Forum Statistika, 2008), hlm. 5

variabel independen yang diketahui.¹⁰³ Untuk analisis statistik digunakan analisis regresi berganda dengan dua variabel bebas dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

- Y = Perilaku Pedagang (variabel dependen/terikat)
- a = Intercept atau konstanta
- b₁ = Koefisien regresi atau slope variabel pemahaman etika bisnis Islam
- X₁ = Pemahaman etika bisnis Islam (variabel independen/bebas)
- b₂ = Koefisien regresi atau slope variabel religiusitas
- X₂ = Religiusitas (variabel independen/bebas)

H. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Pengetahuan tentang koefisien regresi atau uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat.¹⁰⁴ Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen. Adapun penjabaran hipotesis dalam uji parsial dapat dijelaskan di bawah ini.

- a. Ho : $b_i = 0$: pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang.

¹⁰³ I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), hlm. 85

¹⁰⁴ *Ibid*, hlm. 88

- b. $H_a : b_i \neq 0$: pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang.

Uji parsial ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 26 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut.

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya $< \alpha$ (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya $> \alpha$ (0.05), maka H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang.

2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.¹⁰⁵ Penjabaran hipotesis dari uji simultan dapat dijelaskan di bawah ini.

- a. $H_0 : b_i = 0$: pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang.
- b. $H_a : b_i \neq 0$: pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pedagang.

Uji simultan ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 26 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara

¹⁰⁵ *Ibid*

bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut.

- a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $Sig. < \alpha$ (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pedagang.
- b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ nilai probabilitas $Sig. > \alpha$ (0.05), maka H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel pemahaman etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen.¹⁰⁶ Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau *R Squared* (R^2). Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat.

Melalui angka koefisien determinasi, kita dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas di dalam model persamaan regresi dapat menjelaskan variabel terikat dibandingkan dengan variabel lain di luar model. Angka koefisien determinasi adalah di antara 0 (nol)

¹⁰⁶ *Ibid.*, hlm. 87

hingga 1 (satu).¹⁰⁷ Semakin mendekati angka 1, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel bebas semakin besar kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Sebaliknya, semakin mendekati angka 0, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel semakin kecil kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya.

¹⁰⁷ *Ibid*