

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif karena data penelitian ini berupa angka dengan meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Kemudian penulis mencari jawaban-jawaban terhadap rumusan masalah yang diteliti, yaitu mengetahui jawaban dari apakah *digital marketing* dan *brand awareness* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam perspektif etika bisnis Islam. Selanjutnya, peneliti akan mendeskripsikan data-data yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian, dengan menggunakan

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 11.

data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada responden.

Dalam penelitian kuantitatif hanya memusatkan kajiannya pada sejumlah variabel yang terbatas asal memenuhi model yang telah dirancang sebelumnya.² Dan penulis mengambil objek penelitian pada *Online Shop Afiha Wardrobe*. Ruang lingkup penelitian ini hanya pada variabel-variabel yang berkaitan dengan *digital marketing* dan *brand awareness*, secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam perspektif etika bisnis Islam.

B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.³

²Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), h. 45.

³Sugiyono, *Metode Penelitian...* h. 38.

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen adalah *digital marketing* dan *brand awareness*.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering di sebut sebagai variabel terikat karena variabel ini dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian.

3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah *construct* (abstraksi atau fenomena-fenomena kehidupan nyata yang diamati) yang diukur dengan berbagai macam nilai untuk memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai fenomena. Adapun definisi operasional

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian...* h. 39.

yang digunakan dalam penelitian ini adalah: penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
<i>Digital marketing</i> (X1)	<i>Digital marketing</i> adalah suatu cara untuk mempromosikan produk atau <i>brand</i> tertentu melalui media internet. Bisa melalui iklan internet atau media sosial yang banyak digunakan oleh para pelaku bisnis seperti Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, dan media sosial lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Website Design</i> (Realistis) 2) <i>Fulfillment/Reliability</i> (Pemenuhan Janji) 3) <i>Security/Privacy</i> (Keamanan/Privasi) 4) <i>Customer Service</i> (Etis) 	Likert
<i>Brand awareness</i> (X2)	<i>Brand awareness</i> adalah kemampuan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Recall</i> (Kemampuan Mengingat Merk) 2) <i>Recognition</i> (Pengenalan Merek) 3) <i>Purchase</i> (Keinginan 	Likert

	dalam mengenali atau mengingat suatu merek sebagai bagian dari suatu produk.	Membeli) 4) <i>Consumption</i> (Membeli Berulang)	
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Keputusan pembelian konsumen adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.	1) <i>Attention</i> (Perhatian) 2) <i>Interest</i> (Menarik) 3) <i>Desire</i> (Keinginan) 4) <i>Action</i> (Tindakan)	Likert

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk

tujuan spesifik studi. Sumber data primer merupakan responden individu, kelompok fokus, dan internet sebagai sumber data primer jika kuesioner disebarakan melalui internet.⁵

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkapkan atau menjangking informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.⁶ Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada para responden untuk dijawab.⁷ Dalam penelitian ini penulis memberikan kuesioner secara *online* melalui *google*

⁵Sekaran, Uma, *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 76.

⁶V. Wirarna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), h. 93.

⁷V. Wirarna Sujarweni, *Metodologi Penelitian...* h. 94.

form kepada konsumen Afiha Wardrobe. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan.⁸ Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon setuju atau tidak setuju terhadap objek tertentu. Artinya pernyataan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kategori Penilaian Skala Likert

Alternative	Bobot
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
KS (Kurang Setuju)	3
TD (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

(Sumber: Sugiyono, 2013)

⁸Sugiyono, "Metode Penelitian ... h. 93.

2. Wawancara

Wawancara adalah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.⁹ Wawancara dalam penelitian menggunakan wawancara tidak struktur, dimana tidak menggunakan panduan wawancara secara tertulis melainkan mengikuti kondisi dan kebutuhan pengumpulan data secara langsung saat proses wawancara berlangsung.¹⁰ Penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik *online shop* dan konsumen Afiha Wardrobe mengenai informasi tentang Afiha Wardrobe.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan,

⁹Sugiyono, “*Metode Penelitian ...* h. 132.

¹⁰Sugiyono, “*Metode Penelitian ...* h. 140.

gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Metode ini merupakan suatu cara untuk mendapatkan atau mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, laporan keuangan, transkrip dan buku-buku, surat kabar, majalah dan sebagainya.¹¹

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹² Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut *online shop* Afiha Wardrobe yang berjumlah 324 konsumen.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 326.

¹²Sugiyono, "*Metode Penelitian ...* h. 80.

digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.¹³ Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode pengambilan sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*) yaitu cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut.¹⁴ Setiap populasinya mempunyai kesempatan yang sama sebagai sampel dalam penelitian.

Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti mengambil sampel menurut Suharsimi Arikunto yang mana jika subjeknya kurang dari 100 orang maka diambil

¹³Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), h. 105.

¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian ...* h. 82.

semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.¹⁵ Dan peneliti mengambil rumus 25% dari populasi. Maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah $25\% \times 324 \text{ orang} = 81 \text{ orang}$.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, maka diketahui besar sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 81 responden konsumen *online shop* Afiha Wardrobe.

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kevalidan suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah teknik korelasi moment dari person. Pengujian menggunakan program SPSS 26.0 dilakukan dengan

¹⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 112.

cara mengkorelasikan pertanyaan dengan skor total. Nilai korelasi (r) dengan angka kritis. Dalam tabel korelasi ini digunakan taraf signifikan sebesar 5%. Apabila t hitung $>$ r tabel maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.¹⁶

2. Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban yang diberikan oleh responden selalu konsisten dari waktu ke waktu. dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel.¹⁷

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden

¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 195.

¹⁷Imam Ghazali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan IV*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2009), h. 165.

atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.¹⁸

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisa kuantitatif dengan menggunakan alat bantu *software SPSS (statistic product and service solution) for window version 26*. Dalam penelitian ini model analisis data yang digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh pemahaman institusi ekonomi bagi hasil dan bunga terhadap minat menjadi nasabah bank syariah menggunakan model analisis regresi linear berganda.

Untuk mengetahui adanya hubungan yang tinggi atau rendah antara kedua variabel berdasarkan nilai r

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 147.

(koefisien korelasi), digunakan penafsiran atau interpretasi angka, sebagai berikut:¹⁹

Tabel 3.3
Interpretasi Angka

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 -0,199	Sangat Rendah
0,20 -0,399	Rendah
0,40 -0,599	Sedang
0,60 -0,799	Kuat
0,80 -1,000	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiyono, 2013)

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu penyebaran data. Rumus yang digunakan dalam uji normalitas yaitu Chi-Kuadrat (χ^2).²⁰

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian...* h. 231.

²⁰Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 132.

Keterangan:

x^2 = Nilai Chi-kuadrat

f_o = Frekuensi yang diobservasi (frekuensi empiris)

f_e = Frekuensi yang diharapkan (frekuensi teoritis)

Jika x^2 hitung $>$ x^2 tabel artinya Distribusi data tidak normal

Jika x^2 hitung $<$ x^2 tabel artinya data berdistribusi normal

Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software SPSS 26 dengan perumusan sebagai berikut:

H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, H_1 diterima jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan H_1 ditolak jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dengan melakukan uji statistic gletser yaitu dengan mengubah nilai residual menjadi absolute residual dan meregresinya dengan variabel independen dalam model. Jika diperoleh nilai residual lebih tinggi dari nilai signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik akan tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas juga dapat dilihat dari nilai tolerance $< 0,1$ maka dikatakan

terjadi multikolinearitas. Dan jika nilai VIF > 10 maka dikatakan terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas.

2. Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk memodelkan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuannya untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen²¹. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *digital marketing* dan *brand awareness*. Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen dalam perspektif etika bisnis Islam. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan analisis regresi yaitu uji asumsi klasik.

Persamaan umum dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

²¹Dwi Suhartanto, *Metode Riset Pemasaran*, (Bandung: IKAPI, 2014), h. 328.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yaitu minat menjadi nasabah bank syariah

a = Konstanta

β = Koefisien dari variabel bebas (X)

X_1 = Variabel pemahaman bagi hasil

X_2 = Variabel pemahaman bunga

e = Standar eror

3. Uji Ketetapan Model

a. Uji F

Uji pengaruh simultan (F test) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan dengan F-hitung. Kemudian membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel. Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- 1) Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikansi $(\alpha) < 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya secara bersamaan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikansi $(\alpha) > 0,05$ maka H_0 diterima. Artinya secara bersamaan semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa jauh proporsi variasi variabel-variabel independen dapat menerangkan dengan baik variabel independennya. Nilai R^2 mendekati satu yang artinya variabel-variabel independen dalam penelitian memberikan hampir semua informasinya yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.

4. Uji Hipotesis

Uji parsial (t test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan yaitu:²²

- a) Apabila $H_0 : b_i \leq 0$ = variabel independen berpengaruh negatif terhadap variabel dependen.
- b) Apabila $H_0 : b_i \geq 0$ = variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Prosedur pengujiannya dilakukan setelah perhitungan terhadap t hitung. Kemudian dibandingkan nilai t tabel dengan t hitung. Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- a) Jika t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi (α) < 0,05 maka H_0 ditolak. Sehingga terdapat pengaruh variabel independen secara menyeluruh terhadap variabel dependen.

²²Imam Ghazali, *Analisis Multivariate...* h. 178.

b) Jika t hitung $<$ t tabel dan tingkat signifikansi (α) $>$ 0,05 maka H_0 diterima. Sehingga variabel independen secara menyeluruh tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.