

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online pada Mei 2021 sampai dengan selesai. Subyek penelitian adalah Mahasiswa/i Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, yang merupakan metode penelitian berasaskan filsafat positivisme yang dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dimana instrumen penelitian digunakan sebagai metode pengumpulan datanya dan analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik serta bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.¹⁰⁹

Data yang diolah bersumber dari data primer dan data sekunder. Sumber primer, yaitu sumber datanya langsung

¹⁰⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013) h. 8.

memberikan data kepada pengumpul data.¹¹⁰ Data primer dalam penelitian ini diambil dari jawaban responden yang diperoleh melalui pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang peneliti berikan. Sementara itu, data sekunder adalah data yang bersumber dari pengumpulan dan pengolahan pihak lain yang sudah selesai, biasanya sudah dipublikasikan.¹¹¹ Data sekunder yang digunakan bersumber dari rujukan buku, jurnal, skripsi, tesis, artikel, dan tulisan lain yang terkait dengan penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner (angket) pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2017 UIN SMH Banten. Kuesioner/angket merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengambil jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan peneliti.¹¹² Pengukuran angket dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yang digunakan untuk memberi pengukuran terhadap sikap,

¹¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, h. 137.

¹¹¹ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, 1 ed. (Jakarta: Kencana, 2015) h. 171.

¹¹² Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset...*, h. 173.

pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial.¹¹³ Indikator instrumen jawaban yang digunakan adalah:

Tabel 3.1
Skala Likert

Indikator Jawaban		Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Ragu-Ragu	RG	3
Setuju	ST	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono, 2013

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan dan akan dipelajari oleh peneliti, sedangkan sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang populasi tersebut miliki.¹¹⁴ Populasi yang akan diteliti oleh peneliti adalah mahasiswa Strata 1 prodi Ekonomi Syariah angkatan 2017 UIN SMH Banten dengan total 226 mahasiswa¹¹⁵.

¹¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, h. 93.

¹¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 80.

¹¹⁵ Wawancara dengan Rini Safitri, Staff Jurusan Ekonomi Syariah, 6 Januari 2022.

Sebagian anggota dari populasi diambil datanya melalui teknik tertentu oleh peneliti untuk diolah, kemudian hasilnya digeneralisasi untuk mewakili populasi yang dimaksud, anggota populasi ini disebut sebagai sampel.¹¹⁶ Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *probability sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi anggota sampel, yaitu *simple random sampling*, karena data sampel diambil secara acak dari populasi tanpa melihat strata, dengan asumsi populasi homogen.¹¹⁷

Rumus yang digunakan menurut Slovin¹¹⁸ adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

$$n = \frac{226}{1 + 226 (0,05)^2} = \frac{226}{1 + 226 (0,0025)} = \frac{226}{1 + 0,565} = \frac{226}{1,565}$$

$$n = 144,409 \approx 144$$

Keterangan: N = jumlah populasi; n = jumlah sampel; d = taraf kesalahan (1%, 5%, 10%).

Berdasarkan rumus di atas, dengan taraf kesalahan 5% dan jumlah populasi sebesar 226, ditentukan sampel sejumlah 144.

¹¹⁶ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, h. 192.

¹¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 82.

¹¹⁸ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset...*, h. 194.

Namun, data sampel yang peneliti dapatkan dan memenuhi uji asumsi klasik adalah 139. Sehingga, penelitian ini dilakukan dengan sampel sejumlah 139 responden.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Statistika Deskriptif

Metode analisis data statistika deskriptif yaitu analisis data statistik dengan cara memberikan deskripsi atau penggambaran data yang dikumpulkan tanpa menyimpulkan secara umum atau generalisasi.¹¹⁹

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas menggambarkan sejauh mana alat ukur mampu menakar apa yang ingin ditakar.¹²⁰

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat uji untuk mencari tahu sejauh mana konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan dua kali atau

¹¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 147.

¹²⁰ Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, h. 103.

lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama pula.¹²¹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah alat uji untuk mengukur apakah data sampel yang digunakan dalam penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal.¹²²

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah alat uji untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).¹²³

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana adanya perbedaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.¹²⁴

¹²¹ Duli, *Metodologi Penelitian...*, h. 106.

¹²² Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), h. 322.

¹²³ Anggraini, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Pasar Rukoh Banda Aceh." h. 58.

¹²⁴ Anggraini, "Pengaruh Etika...", h. 58.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel bebas (religiusitas dan etika bisnis islam) terhadap variabel terikat (minat beli online).

5. Uji Hipotesis

a. Uji T Statistik

Pengujian hipotesis melalui uji t statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel X terhadap variabel Y secara parsial.

b. Uji F Statistik

Pengujian hipotesis melalui uji f statistik bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel X terhadap variabel Y secara bersama-sama (simultan).

c. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien korelasi adalah nilai korelasi (hubungan) antara dua atau lebih variabel yang diteliti.¹²⁵ Tingkat hubungan tersebut dapat diinterpretasikan dengan interval 0 sampai 1, semakin besar nilainya maka semakin tinggi tingkat

¹²⁵ Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 295.

hubungan variabel tersebut. Interval koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	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 Data: *Sugiyono (2013)*

Sedangkan koefisien determinasi adalah nilai untuk menghitung pengaruh (varians) variabel tertentu terhadap variabel lainnya. Koefisien determinasi didapatkan dari kuadrat koefisien korelasi yang kemudian dikalikan 100% sehingga dinyatakan dalam bentuk persen.¹²⁶

¹²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, h. 154.

F. Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) yang disimbolkan dengan X

Variabel bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab berubahnya atau munculnya variabel terikat.¹²⁷ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Religiusitas (X_1)

Religiusitas berarti sejauh mana pengetahuan, sekolahan apa kepercayaan, seperti apa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan sejauh mana pendalaman atas agama yang dianutnya. Indikatornya adalah:

- 1) Aspek ideologi/keimanan: sejauh mana keyakinan seseorang mengenai ajaran-ajaran agama yang dianutnya; misalnya tentang keyakinan kepada Allah Swt., para malaikat, surga dan neraka, qadha dan qadar, dan hukum-hukum Allah terhadap perilaku manusia.

¹²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 39.

- 2) Aspek ritualistik/ibadah: aktivitas-aktivitas tertentu yang menjadi kewajiban dan imbauan untuk dilakukan oleh penganutnya; misalnya shalat, zakat, puasa, membaca dan mendalami al-Qur'an.
- 3) Aspek eksperensial/penghayatan: pengalaman religius seseorang berupa persepsi, emosi, dan sensasi sebagai suatu komunikasi dengan hakikat ketuhanan atau Tuhan; misalnya perasaan terhadap kebesaran Allah, perasaan dekat dengan Allah, perasaan khusyuk dan tenteram ketika beribadah, dan perasaan bergetar ketika mendengar ayat suci al-Qur'an.
- 4) Aspek pengamalan/konsekuensial: tindakan pengalaman dan pengetahuan keagamaan individu yang menyangkut hal-hal yang harus dilakukan dan sikap-sikap yang harus dipegang seseorang sebagai konsekuensi agama yang dipeluknya; berisi amalan-amalan yang berhubungan dengan manusia dan alam semesta, misalnya menolong sesama makhluk Allah, mudah memaafkan, dan menjaga lingkungan.

5) Aspek keilmuan/intelektual: pengetahuan dan pemahaman tentang ajaran-ajaran fundamental dalam agama dan kitab sucinya; misalnya kandungan al-Qur'an, hukum dan sejarah Islam.

b. Etika Bisnis Islam (X₂)

Ialah aktivitas bisnis yang berbasis pada aturan-aturan ilahiah dan bertujuan untuk selalu mengingat Allah dalam rangka beribadah dan menghasilkan maslahat tidak hanya bagi dirinya sendiri maupun orang lain, serta terjauhan berbagai tindakan-tindakan yang merugikan orang lain.

Indikatornya adalah:

1) Kesatuan/*Unity*/Tauhid.

Menggambarkan bentuk penyerahan diri manusia secara total tanpa syarat dihadapan Allah dengan mewujudkan keinginan, ambisi, dan perbuatannya tunduk pada perintah-Nya. Dengan mengintegrasikan aspek religius dan aspek lainnya seperti ekonomi, individu akan merasa bahwa setiap aktivitas

ekonominya selalu direkam, sehingga tidak akan mudah menyimpang dari ketentuan syariah.

2) Kehendak bebas/*Free will*.

Kepentingan individu terbuka lebar selama tidak merugikan kepentingan kolektif, artinya tidak ada batasan pendapatan seseorang dalam berkarya dan bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya asalkan dikendalikan dengan kewajibannya terhadap masyarakat melalui zakat, infak, dan sedekah. Kebebasan ini juga berlaku dalam mekanisme pasar, dimana Islam melarang adanya intervensi dalam menentukan harga yang merepresentasikan adanya hukum penawaran dan permintaan, kecuali pada kondisi darurat.

3) Keseimbangan/Keadilan/*Equilibrium*.

Maksud dari keadilan dalam islam adalah menempatkan hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak akan alam semesta, dan hak Allah dan Rasulnya sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Dalam

praktiknya, keadilan atau keseimbangan yang paling mendasar adalah menyempurnakan takaran dan menggunakan alat timbangan yang benar, sebab hal itu yang akan mendekatkan pada ketaqwaan.

4) Tanggung jawab/*Responsibility*.

Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, prinsip ini menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya. Penerapan konsep ini misalnya jika seorang penjual muslim tidak berperilaku sesuai etika, maka ia tidak bisa menyalahkan pada tekanan bisnis yang dialaminya atau beralasan bahwa setiap penjual melakukan hal tidak etis yang sama; ia harus bertanggung jawab atas perilakunya sendiri.

5) Kebajikan/*Ihsan*.

Ihsan memiliki arti melakukan perilaku terpuji yang bermanfaat kepada orang lain, tanpa suatu kewajiban yang mengharuskannya atau melakukan perbuatan

baik seolah-olah melihat Allah atau yakin bahwa Allah melihat.

2. Variabel Terikat (Dependent Variable) yang disimbolkan dengan Y

Variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas.¹²⁸ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli Online (Y). Minat beli online ialah keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan produsen melalui media online. Minat beli online memiliki beberapa indikator, diantaranya:

- a. Minat transaksional: kecenderungan seseorang untuk membeli produk tertentu.
- b. Minat referensial: kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk tertentu kepada orang lain.
- c. Minat preferensial: kecenderungan seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tertentu.
- d. Minat eksploratif: kecenderungan seseorang untuk selalu mencari informasi mengenai suatu produk yang

¹²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 39.

diminatinya dan mencari informasi pendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Tabel 3.3
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item
Religiusitas (X ₁)	Aspek Ideologi /Keimanan	Percaya Rukun Iman (keyakinan kepada Allah Swt., para malaikat, Nabi dan Rasul Allah, Kitab-kitab Allah, Qada dan Qadar, Hari Kiamat).
	Aspek Ibadah/Ritualistik	Menunaikan shalat, zakat, dan puasa, serta membaca al-Qur'an.
	Aspek Penghayatan /Eksperiensial	Merasa tenteram dan khusyuk ketika beribadah.
	Aspek Pengalaman /Konsekuensial	Saling menolong sesama makhluk Allah dan saling memaafkan.
	Aspek Keilmuan /Intelektual	Mempelajari hukum syariah dan sejarah Islam.
Etika Bisnis Islam (X ₂)	Kesatuan/Unity /Ketauhidan	Mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, keagamaan, dan

		lingkungan ketika membeli produk.
	Kehendak bebas /Free will	Membeli pada penjual yang membebaskan pembeli memilih variasi produknya.
	Keadilan	Mendapatkan kesempatan yang sama dalam membeli produk.
	Tanggung jawab /Responsibility	Memilih penjual dengan rating/review/testimoni terbaik untuk menghindari penipuan
	Ihsan/Kebajikan	Lebih mempertimbangkan penjual yang ramah dan informatif dalam menawarkan produknya.
Minat Beli Online (Y)	Minat transaksional	Cenderung membeli produk yang halal dan dengan akad yang dibolehkan secara online.
	Minat referensial	Merekomendasikan kepada orang lain produk yang halal dan dengan akad yang

		dibolehkan ketika membeli secara online.
	Minat preferensial	Hanya membeli produk yang halal dan dengan akad yang dibolehkan ketika membeli secara online.
	Minat eksploratif	Mencari informasi mengenai produk yang halal dan akad yang diperbolehkan ketika membeli secara online.

