

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian**

##### **3.1.1 Waktu**

Waktu yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian baik mulai dari pengajuan judul, survey sampai proposal selesai adalah mulai dari bulan Januari 2023 sampai bulan Juni 2023.

##### **3.1.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini yaitu di Desa Dumpiagung, Kecamatan Kembangbahu, Kabupaten Lamongan.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Metode penelitian ini merupakan bagian yang terpenting dari suatu penelitian, karena metode penelitian ini akan menjadi arah dan petunjuk bagi suatu penelitian. Secara umum metode penelitian diartikan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis komparatif yaitu analisis data dengan menggunakan perhitungan-perhitungan komperatif statistic untuk mengambil keputusan yang akan di dapat menjelaskan bahwa adakah suatu perbedaan atau tidak adanya perbedaan dengan dua sampel yakni statistic parametris (t-test) yakni statistic yang digunakan untuk menguji suatu hipotesis komperatif pada rata-rata dan sampel bila data berbentuk interval atau ratio adalah menggunakan t-test. Sugiyono (2016:273).

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat

positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya dilakukan secara random. Jenis pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti data penelitian berupa angka dan analisis penelitian yang menggunakan/bersifat statistik. Sehingga mendapatkan hasil penelitian yang sesuai yaitu dengan menggambarkan tentang sebenarnya tentang merek produk nibras dan merek produk eticha terhadap minat beli konsumen di Dumpiangung, Kembangbahu, Lamongan.

### **3.3 Teknik Penarikan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2018:80). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Dalam penelitian ini populisanya adalah konsumen yang berada di Dumpiangung Kembangbahu Lamongan yaitu selama penelitian dilakukan dimulai bulan Januari – November 2022 dan berjumlah 1000 orang.

**Tabel 3.1**  
**Populasi konsumen di Nibras House Mantup**

No.	Bulan dan Tahun	Jumlah Pembeli
1.	Januari 2022	75
2.	Februari 2022	86
3.	Maret 2022	90
4.	April 2022	125
5.	Mei 2022	117
6.	Juni 2022	84
7.	Juli 2022	90
8.	Agustus 2022	96
9.	September 2022	78
10.	Oktober 2022	71
11.	November 2022	88
Total		1000

Sumber : Pembuatan selama bulan Januari-November 2022 di  
Nibra's house mantup

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini untuk perhitungan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dengan asumsi bahwa populasi tersebut berdistribusi normal. Maka perhitungannya sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Batas kesalahan yang diperolehkan sebanyak 10%. ( 0,1 )

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1000}{1+1000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1000}{1+1000 (0,01)}$$

$$n = \frac{1000}{1+10}$$

$$n = \frac{1000}{11}$$

$$n = 90,90$$

Sampel dari penelitian ini adalah konsumen Nibras House Mantup. Jumlah responden yang diperoleh sebesar 90,90 atau dibulatkan menjadi 91 responden.

### **3.3.3 Teknik Sampling**

Sugiyono (2018:81) teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel apa yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan starta yang ada dalam populasi itu.

## **3.4 Metode Pengumpulan Data**

### **3.4.1 Jenis Data**

#### **a. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok focus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

#### **b. Data sekunder**

Data Sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel,

buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang relevan penulis melakukan pengumpulan data dengan cara berikut :

#### **1. Wawancara**

Sugiyono (2018:137) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan mengajukan pertanyaan pada pihak-pihak terkait sehubungan dengan masalah yang dibahas untuk memperoleh data tentang minat beli konsumen.

#### **2. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2018:142). Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner. Dalam pengukuran sikap, sikap sekelompok orang akan diketahui termasuk gradasi mana dari suatu skala sikap. Macam-macam skala sikap yang dapat

digunakan untuk penelitian dan pengembangan adalah: Skala Likert, Skala Guttman, Rating Scale, Semantic Differential.

Skala Likert digunakan untuk mengembangkan instrument yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata antara lain: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju, selalu, sering, kadang-kadang, tidak pernah. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor 1 sampai 5. Instrument penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Kelima pilihan atau kategori tersebut sebagai berikut:

**Table 3.2**  
**Skala Pengukuran Likert**

<b>Karakteristik</b>	<b>Nilai</b>
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber : Sugiyono 2019 : 166

### 3. Observasi

Sugiyono (2018:145) observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam penelitian skripsi ini, data diperoleh melalui kuesioner kepada karyawan. Hasil pengumpulan data ini untuk memperoleh pendapat responden terhadap penyatuan-penyatuan yang ada didalam kuesioner. Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan proses penyaringan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

### 4. Library research (penelitian perpustakaan)

Penelitian dengan cara ini data dapat diperoleh dengan jalan melakukan penelitian secara teoritis, yaitu dengan membaca dan mempelajari literature serta pendapat para ahli yang bersumber dari buku-buku teks yang berhubungan dengan penelitian ini.

## **3.5 Operasional Variabel**

### **3.5.1 Variabel Bebas**

Sugiyono (2018:39) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terkait. Jadi variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi. Pada penelitian ini, yang dimaksud dengan variabel bebas adalah factor sengaja dimunculkan, dimanipulasi, dan diukur oleh penelitian dan dikenakan pada kelompok eksperimen yang diteliti.

#### 1. Merek produk Nibra's ( $X_1$ )

Merek nibras merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang fashion muslim yang sejak awal kemunculannya sudah menjadi produsen gamis yang semakin terkenal dari waktu ke waktu (baffmanmedia). Awal

mulanya produk gamis yang diproduksi oleh perusahaan ini adalah gamis berbahan katun twill yang hanya tersedia dalam item gamis ditahun 2012. Selain gamis, merek busana muslim yang satu ini juga menyediakan atasan muslim, rok, tunik dan model baju sarimbit.

## 2. Merek Produk Eticha ( $X_2$ )

Eticha adalah salah satu brand fashion muslim yang menawarkan berbagai pilihan busana muslim untuk keluarga, anak, dan remaja dengan desain yang simple namun elegan (duniarahmi.wordpress). Brand yang mengusung ‘*Spiritualitas Islam yang Mencerahkan*’ ini bermain pada kekuatan warna, variasi motif, memadukan bahan kaos dan katun yang berkualitas. Produk yang ditawarkan antara lain dress, blouse, T-Shirt, kemeja, celana, rok, dan koleksi busana muslim lainnya.

Di dalam merek produk nibras dan merek produk eticha dapat diidentifikasi dengan tiga dimensi yaitu : citra merek, harga, dan gaya hidup.

### 1. Brand image

Menurut Chalil *et.al* (2020:87) Citra merek dapat didefinisikan sebagai pemikiran dan perasaan konsumen tentang merek tertentu. Citra merek yang kuat memang menciptakan pesan merek superior dari merek tertentu dibandingkan merek pesaing. Akibatnya, perilaku pelanggan akan terpengaruh dan ditentukan oleh citra merek.

### 2. Harga

Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk. Menurut Fandi Tjiptono (2016:218) harga merupakan unsur bauran pemasaran

yang mendatangkan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan. Bahkan konsumen menggunakan harga untuk menilai kualitas produk, semakin tinggi harga maka asumsinya semakin baik kualitasnya, meski hal ini tidak berlaku bagi semua konsumen.

### 3. Gaya hidup ( $X_3$ )

Menurut Somantri *et.al* (2020:03) gaya hidup merupakan cara seseorang untuk menunjukkan bagaimana orang hidup, mereka membelanjakan uangnya, dan mereka mengalokasikan waktunya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, apa yang dipikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh kepedulian dengan hal itu dan juga apa yang dipikirkan tentang dirinya sendiri dan dunia luar.

#### **3.5.2 Variabel Terikat**

Sugiyono (2018:39) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini, yang dimaksud variabel terikat adalah keluaran yang terjadi karena variabel bebas.

##### 1. Minat beli konsumen (Y)

Menurut Kesuma dan Sari (2019:138) minat beli konsumen merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian. Menurut Iwan Kesuma dan Ika Sari (2019:140), adapun indikator minat beli sebagai berikut :

- a. Minat referensial
- b. Minat transaksional

- c. Minat preferensial
- d. Minat eksploratif

### 3.6 Metode Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Validitas

Sugiyono (2018:276) uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrument. Uji validitas ini secara manual dihitung dengan cara mengkorelasikan setiap skor item dengan total skor item variabel kemudian hasilnya dibandingkan r produk moment. Untuk mencari r hitung atau koefisien korelasi produk moment digunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

r = korelasi product moment

N = jumlah subjek

$\sum x$  = jumlah skor butir

$\sum y$  = jumlah skor factor

$(\sum x)^2$  = jumlah skor butir di kuadratkan

$\sum x^2$  = jumlah skor butir kuadrat

$(\sum y)^2$  = jumlah skor faktor di kuadratkan

$\sum y^2$  = jumlah skor faktor kuadrat

$\sum xy$  = jumlah skor butir dan factor

Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah :

- a. Apabila r hitung > r table, maka item kuisisioner tersebut valid
- b. Apabila r hitung < r table, maka item kuisisioner tersebut tidak valid

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2018:277) reabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah dianggap baik. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika hasil pengukuran tetap atau nilai-nilai yang diperoleh bersifat stabil bila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien alpha Cronbach, yaitu:

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{1 - \sum ab^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

r = koefisien reabilitas instrument (Cronbach alfa)

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum ab^2$  = jumlah varian butir

$\sigma t^2$  = varian total

- a. Apabila hasil koefisien alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- b. Apabila hasil koefisien alpha < taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel

### 3.6.3 Uji Normalitas

Ghozali (2016:160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independent mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas akan dilakukan dalam menggunakan

*Kolmogrov-Simirnov* test dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05.

### 3.6.4 Uji Komperatif (t-test)

Uji hipotesis komperatif sampel t-test menurut Sugiyono (2017:196) adalah pengujian perbedaaan pada suatu rata-rata dua sampel yang saling bebas. Pada penelitian yang eksperimen biasanya menggunakan dua sampel atau lebih sebagai objek pada penelitiannya. Sampel-sampel tersebut di bandingkan untuk melihat ada tidaknya perbedaan setelah sampel-sampel tersebut diberikan perlakuan berbeda.

Rumus t-test yang digunakan pada pengujian hipotesis komparatif pada dua sampel yang berkolerasi di tunjukkan pada rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)s_1^2 + (n_2-1)s_2^2}{n_1+n_2-2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

Keterangan :

$\bar{x}_1$  = Rata-rata sampel 1

$\bar{x}_2$  = Rata-rata sampel 2

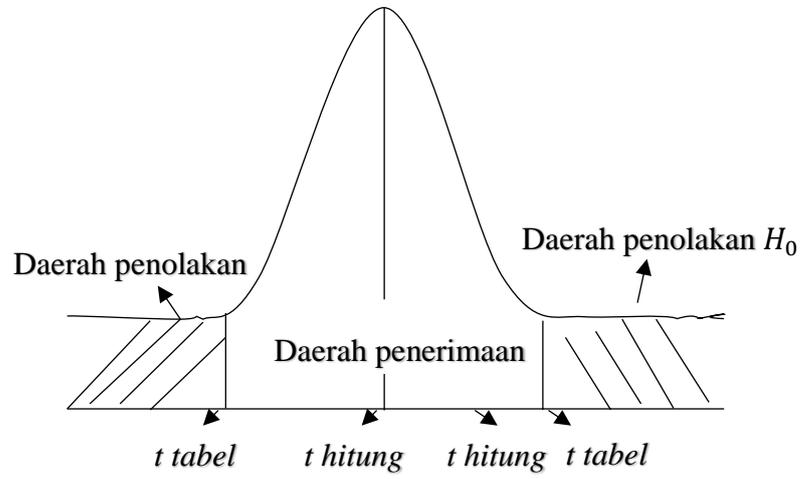
$n_1$  = simpangan baku sampel 1

$n_2$  = simpangan baku sampel 2

$s_1^2$  = varians sampel 1

$s_2^2$  = varians sampel 2

$n$  = jumlah sampel



**Gambar 3.1**

**Daerah penerimaan dan penolakan (Uji t-test)**

