BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Ditinjau dari tujuannya, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dilakukan dengan melakukan pengujian hipotesis, pengukuran data dan pembuatan kesimpulan. Menurut Indrianto tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menguji sebuah teori atau verifikasi teori, meletakkan teori secara deduktif dan kemudian menjadikan sebagai landasan dalam hal penemuan dan pemecahan masalah penelitian¹.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 12 Oktober 2014 dan mengambil lokasi di Pasar Baru Wadungasri yang berada di daerah Waru, Sidoarjo dengan alamat Jl. Raya Wadungasri Desa Kepuh Kiriman Kecamatan Waru. Alasan pemilihan tempat penelitian ini karena tersedianya kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penelitian sehingga sangat mempermudah dan sangat membantu kelancaran dalam melakukan penelitian.

C. Prosedur Pengumpulan Data

_

¹ Nur Indriantoro, dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), 70.

1. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Bungin populasi penelitian merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.² Berdasarkan perumusan masalah dalam penelitian ini yang ingin mengetahui pengaruh kejujuran pedagang muslim dengan penjualan produk fashion di pasar Wadungasri Kecamatan Waru. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang Pasar Wadungasri. Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel secara random (acak) dengan memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut.

- a. Pedagang yang hanya menjual produk *fashion*, seperti pedagang baju, jilbab, accessories, dan lain-lain.
- b. Pedagang fashion yang beragama Islam.

2. Metode Pengambilan Sampel

Sosial Lainnya, (Jakarta: Kencana, 2005), 109.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Random Sampling* (sampel acak) untuk menentukan responden yang akan diteliti dari pasar tersebut.

Kemudian penentuan responden menggunakan Rumus Yamane dalam Bungin. Pada perencanaan sampel dengan menggunakan rumus

Burhan Bungin, Penelitian Kuantitatif:Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan ilmu-ilmu

Yamane dapat memberikan bobot yang representatif sehingga dapat dilakukan perhitungan secara pasti jumlah besaran sampel untuk populasi tertentu. Hal ini digunakan rumus ini dikarenakan populasi memiliki karakter yang sukar digambarkan.

Total populasi pedagang fashion sebanyak 195 orang.

Rumus Yamane:

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

$$= \frac{195}{195(0,1)^{2} + 1}$$

$$= \frac{195}{2,95}$$

$$= 66,1 \longrightarrow 66 \text{ Responden}$$
Keterangan:
$$n = \text{Jumlah sampel yang dicari}$$

N= Jumlah Populasi

d = Nilai Presisi (ditentukan 0,1)

Penentuan jumlah responden dalam penelitian berjumlah 66 responden seperti yang tersaji dalam perhitungan sebelumnya menggunakan rumus Yamane bertujuan agar mempermudah perhitungan.

D. Variabel Penelitian

Damin menyatakan bahwa sebuah variabel perlu didefinisikan dengan alasan agar tidak menimbulkan kekaburan fokus penelitian dan menghilangkan kemungkinan salah penafsiran terhadap objek yang menjadi fokus penelitian.³ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (*Independent variabel*) dan variabel tergantung (*dependent variabel*).

1. Variabel bebas (independent variabel)

Variabel bebas adalah suatu variabel yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini, yang variabelnya atau keragamannya merupakan suatu kondisi yang ingin diselidiki, diteliti dan mempengaruhi variabel tergantung.

Variabel bebas disebut juga variabel independent. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kejujuran pedagang Muslim.

2. Variabel tergantung (dependent variabel)

Variabel tergantung dalam penelitian ini adalah penjualan produk fashion.

E. Definisi Operasional

Penelitian ini akan meneliti mengenai apakah ada pengaruh kejujuran pedagang muslim terhadap penjualan produk fashion. Definisi operasional

³ Sudarman Danim, *Metode Penelitian untuk Ilmu-Ilmu Perilaku Acuan Dasar bagi Mahasiswa Program Sarjana dan Peneliti Pemula*. (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 1997), 72.

merupakan penentuan dari abstraksi fenomena-fenomena kehidupan nyata yang diamati sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.⁴

1. Variabel bebas (X)

Kejujuran adalah suatu pernyataan atau tindakan yang sesuai dengan faktanya sehingga dapat dipercaya dan memberikan pengaruh bagi kesuksesan seseorang. Apa yang salah dikatakan salah, apa yang benar dikatakan benar itulah kejujuran. Sedangkan menurut Tabrani Rusyan, jujur adalah perkataan dan perbuatan sesuai dengan kebenaran. Jujur merupakan induk dari sifat-sifat terpuji (*mahmudah*). Jujur juga disebut dengan benar, memberikan sesuatu yang benar atau sesuai dengan kenyataan. Variabel kejujuran diukur menggunakan indikator sebagai berikut⁶:

a. Ketepatan

- 1) mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi)
- 2) menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu

Variabel X diukur dengan menggunakan kuesioner (pertanyaan tertutup) dan menggunakan skala likert yang telah dimodifikasi, yaitu jawaban tengah yang dihilangkan, sehingga pilihan jawaban menjadi sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju

⁵ A. Tabrani Rusyan, *Pendidikan Budi Pekerti*, (Jakarta: Inti Media Cipta Nusantara, 2006), 25. ⁶ Kelana, Muslim, *ABCDE Rasul: Muhammad SAW is a Great Enterpreneur*, (Bandung:Dinar

⁴ Nur Indriantoro, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), 85.

Publishing, 2008), 115.

(STS). Penelitian ini tidak menggunakan kategori jawaban tengah (ragu-ragu), ⁷karena

- 1) Memungkinkan sering memiliki arti ganda
- 2) Menimbulkan kecenderungan menjawab pada jawaban tengahtengah
- 3) Tidak dapat menunjukkan kecenderungan bagaimana pendapat responden kearah setuju atau tidak setuju, sehingga banyak data penelitian dan informasi pada penelitian yang tidak dapat ditangkap oleh peneliti
 - a) 1 = Sangat Tidak Setuju
 - b) 2 = Tidak Setuju
 - c) 3 = Setuju
 - d) 4 = Sangat Setuju

2. Variabel Tergantung (Y)

Yaitu penjualan produk fashion. Definisi dari penjualan adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa. Namun Kotler menyatakan bahwa Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan. Variabel penjualan ini diukur dengan indikator:

a. Jumlah unit produk yang terjual pada produk fashion

⁷ Ansori Muslich, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2009), 67-68.

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan oleh Benyamin Molan, Jilid 1, (Jakarta: Indeks, 2006), 457.

- b. Mendapatkan laba pada produk fashion
- c. Nilai produk yang terjual (omzet penjualan) pada produk fashion.

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data.

Penelitian ini menggunakan jenis data, yaitu: Data jumlah pedagang Muslim pada produk *fashion* yang dipakai diperoleh dari Kantor pasar baru Wadungasri Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer (*Primary* data) adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu Ruslan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari pedagang muslim produk fashion di Pasar Wadungasri Sidoarjo yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui kuisioner oleh pedagang muslim pasar Wadungasri. Kuisioner yang digunakan menggunakan kuisioner semi terbuka. Agar penelitian ini dapat memperoleh fakta yang sebenarnya,maka akan dilakukan indepth interview dalam beberapa pertanyaan penting.

.

⁹ Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian: Public Relation & Komunikasi*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Pesada, 2003).

b. Data Sekunder

Yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Sedangkan Bungin menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku panduan, tinjauan pustaka, tulisan-tulisan dalam jurnal ilmiah, skripsi, internet.

G. Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Studi Lapangan

- a. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab dengan pimpinan pasar Wadungasri mengenai jumlah pedagang fashion.
- b. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian data terkait dengan masalah yang diteliti.
- c. Kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan untuk memperoleh data penilaian dari responden.

¹⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kuantitatif:Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), 132.

¹¹ Nur Indriantoro, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), 147.

d. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mendapatkan data dengan cara mendapatkan data secara langsung dari gambar, data, atau arsip pasar.

2. Studi Pustaka

Mempelajari dan mencari literatur atau buku yang relevan dengan permasalahan yang ada, yang akan digunakan sebagai landasan teoritis yang digunakan dalam pemecahan masalah.

H. Uji Kualitas Data

Selanjutnya agar dapat menjadi ukuran yang memadai, definisi operasional harus dianggap sebagai variabel yang reliabel dan valid. Penelitian ini menggunakan pengujian reliabilitas dan validitas.

1. Uji Validitas

Gumilar dkk menjelaskan bahwa, uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Sedangkan Arikunto mengemukakan bahwa instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa saja yang diiinginkan dan mengungkapkan data yang berasal dari variabel yang diteliti secara tepat. Hasil pengukuran validitas ini adalah valid atau tidaknya pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden. Uji validitas dilakukan atas ítem-item pernyataan pada kuisioner yaitu dengan jalan

-

¹² Ivan, Gumilar dkk, *Modul Praktikum: Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen*, (Bandung:Utama Universitas Widyatama, 2007), 20.

¹³ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 136.

menghitung *corrected ítem to total correlation*. Untuk menentukan instrumen valid atau tidak adalah dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika r $_{\text{hitung}} \geq \text{r}$ tabel dengan taraf signifikansi 0,05, maka instrumen tersebut dikatakan valid.
- b. Jika r $_{\rm hitung}$ < r $_{\rm tabel}$ dengan taraf sigifikansi 0,05, maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Hasil uji validitas variabel X disajikan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1

No soal	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,674	0,279	Valid
2	0,759	0,279	Valid
3	0,539	0,279	Valid
4	0,420	0,279	Valid
5	0,541	0,279	Valid
6	0,530	0,279	Valid
7	0,416	0,279	Valid
8	0,454	0,279	Valid
9	0,414	0,279	Valid
10	0,439	0,279	Valid

Dari hasil diatas maka semua ítem soal pada variabel X dinyatakan sebagai ítem yang valid, karena nilai pada R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel}. Jadi angket yang digunakan untuk meneliti sampel asli sebanyak 50 adalah sebanyak 10 item. Pengujian validitas instrumen penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Sebuah alat ukur dapat dikatakan reliabel jika selalu mendapatkan hasil yang sama dari pengukuran gejala yang tidak berubah yang dilakukan pada waktu yang berbeda-beda. Nazir mengemukakan bahwa "Suatu alat ukur disebut memiliki reliabilitas atau dapat dipercaya jika alat ukur itu mantap, dalam pengertian bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah) pengukurannya, dapat diandalkan dan dapat diramalkan, karena penggunaan alat ukur tersebut akan memberikan hasil yang serupa".¹⁴

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6. Atau dengan dibandingkan dengan r _{Tabel} (Product Moment). Jika nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* lebih besar dari r _{Tabel}, maka dikatakan Reliabel, dan sebaliknya. ¹⁵Hasil uji reliabilitas variabel X disajikan pada tabel 3.2.

-

¹⁴ Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 161.

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik.*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 193.

Tabel 3.2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	10

Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r $_{tabel}$, r $_{tabel}$ di cari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n)=50, maka di dapat r $_{tabel}$ sebesar 0,279. Oleh karena r_{11} = 0,700 > r $_{tabel}$ = 0,361 maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut reliabel.

I. Teknik Analisa Data

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali, uji normalitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. ¹⁶ Nilai regresi yang baik adalah jika memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel, tetapi pada nilai residualnya.

Pengujian normalitas pada penelitian yang dilakukan ini mengetahuinya dengan cara melihat grafik P-P plot. Jika grafik normal pola menunjukkan penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal mengindikasikan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

.

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang : BP UNDIP, 2006), 162.

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah uji keadaan dimana pada nilai variabel bebas tertentu masing-masing kesalahan (ei) mempunyai nilai varian yang sama besar σ^2 . Jika dalam model yang dianalisis terjadi heteroskedatisitas, maka nilai-nilai estimator (koefisien regresi) dari model tersebut menjadi tidak efisien meskipun estimator tersebut tidak bias dan konsisten. Uii heteroskedastisitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan Spearman's Rank Correlation Test yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas dengan nilai residual. Jika signifikansi Rank Spearman > 0,05 $(\alpha=5\%)$, maka tidak ada heteroskedastisitas.

3. Regresi Linier Sederhana

Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis dengan metode regresi linier sederhana (Simple Linier Regression Model). Model análisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas (Kejujuran pedagang muslim = X) dan variabel tergantung (Penjualan produk fashion = Y). Berdasarkan variabel yang digunakan, maka hubungan antar variabel dapat dinyatakan dalam fungsi sebagai berikut:

$$Y = f(X)...(1).$$

Sedangkan bentuk persamaan regresinya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon...(2).$$

Keterangan:

Y = Penjualan Produk Fashion

X = Kejujuran Pedagang Muslim

 β_0 = Konstanta

 $\beta_1 X = Variabel error$

4. Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi yang menyatakan besarnya presentase perubahan y yang bisa diterangkan oleh x melalui hubungan y dan x. Besar koefisien determinasi (R²) didapat dari menguadratkan koefisien korelasi (r). Rumus yang digunakan untuk mencari nilai koefisien determinasi adalah:

$$R^2 = r^2 x 100 \%$$

Keterangan:

 R^2 = Koefisien Determinasi

 r^2 = Koefisien Korelasi

Karena sudah diketahui bahwa $0 \le r^2 \le 1$, maka koefisien determinasi tidak pernah negatif dan paling besar sama dengan (1). Dalam penggunannya koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persen (%). Koefisien korelasi dapat dihitung dengan rumus yaitu sebagai berikut 18 :

1.

¹⁷ Mc Maryati, Statistik Ekonomi dan Bisnis Plan, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), 171.

¹⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2007),182.

$$r = \frac{n(\sum xy^{-}) - (\sum x^{-})(\sum y^{-})}{\sqrt{n(\sum x^{2}) - (\sum x^{-})^{2}} } \left\{ n(\sum y^{2}) - (\sum y^{-})^{2} \right\}$$

Keterangan:

n = jumlah data

r = Koefisien Korelasi

5. **Uji** F.

Menurut Sugiyono (2008, p264) uji F digunakan untuk menguji variabel – variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.¹⁹ Selain itu dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Rumusnya adalah :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Keterangan:

 $F = F_{hitung}$ yang selanjutnya dikonsultasikan dengan F_{tabel}

R = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

Dasar pengambilan keputusan pengujian adalah:

 $\label{eq:bitung} Bila~F_{hitung} > F_{tabel}~maka~H_o~ditolak~dan~H_a~diterima,~artinya~semua$ variabel bebas secara bersama-sama merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

¹⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2008), 264.

 $Bila \; F_{htung} < F_{tabel} \; maka \; H_o \; diterima \; dan \; H_a \; ditolak, \; artinya \; semua$ $variabel \; bebas \; secara \; bersama-sama \; bukan \; merupakan \; variabel \; penjelas$ $yang \; signifikan \; terhadap \; variabel \; terikat.$

