BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori - teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel - variabel ini diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka - angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.[119]

Jenis Penelitian ini adalah Analisis Faktor. Analisis Faktor merupakan nama umum yang menunjukkan suatu kelas prosedur, utamanya dipergunakan untuk mereduksi data atau meringkas, dari variabel yang banyak diubah menjadi sedikit variabel dibandingkan variabel asli.[120]

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya yang beralamat di Ruko Graha Indah Wisesa Blok B-5 Jl. Gayung Kebonsari – Surabaya, Telp. 031 8298538. Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya merupakan pusat perawatan kecantikan rambut wajah dan tubuh.

[119] Juliansyah Noor, 2012, *Metodologi Penelitian*, hal. 38.
[120] J. Supranto, 2004, Analisis Multivariat, Rineka Cipta, Jakarta, hal. 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[121]

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Aliya Salon dan Spa Muslimah yang telah melakukan pembelian produk dan perawatan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[122] Supaya jumlah sampel yang digunakan representative dengan populasi, maka jumlah sampel yang digunakan dihitung dengan menggunakan rumus tertentu. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.[123] Sejauh ini tidak ada data yang akurat yang dapat menyebutkan secara pasti jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk dan perawatan di Aliya

[121] Prof. Dr. Sugiyono, 2012, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D, Alfabeta, Bandung, hal. 80.
[122] Prof. Dr. Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, hal. 81.
[123] Prof. Dr. Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, hal. 81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Salon dan Spa Muslimah Surabaya, karena tiap harinya mengalami perubahan yang disebabkan penambahan jumlah konsumen. Oleh karena itu, jumlah populasi dalam penelitian ini diasumsikan tidak diketahui. Sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan masuk ke kategori *non-probability sampling.* Teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* yang dipilih adalah teknik *accidental/incidental* yaitu menggunakan individu-individu yang telah memenuhi karakteristik penelitian dan kebetulan dijumpai oleh peneliti. Alasannya, meningkatkan kepraktisan (mudah dilakukan) dan efisiensi penelitian (menghemat waktu, biaya, dan tenaga penelitian).

Untuk menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan peneliti menggunakan rumus Malhotra. Menurut Malhotra dalam analisis faktor ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan 5, atau 5 x jumlah variabel.[124] Dengan demikian 5 x 18 variabel = 90 responden

Dalam penelitian ini dilakukan pembulatan keatas sehingga jumlah sampel yang digunakan 100 Konsumen Aliya Salon dan Spa Muslimah.

[124] Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan,* PT Refika Aditama, Bandung, hal. 103.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Pada penelitian ini variabel dan indikator yang dipakai diidentifikasi sebagai berikut:[125]

1. Kebijakan Organisasi, terdiri dari 5 variabel :
   a. Produk
   b. Harga
   c. Promosi
   d. Tempat
   e. Bukti Fisik
2. Sosial, terdiri dari 3 variabel :
   a. Kelompok
   b. Keluarga
   c. Peran & Status
3. Pribadi, terdiri dari 5 variabel :
   a. Usia
   b. Pekerjaan
   c. Situasi Ekonomi
   d. Gaya Hidup
   e. Kepribadian
4. Psikologi, terdiri dari 5 variabel :
   a. Motivasi
   b. Persepsi

[125] Ratih Hurriyati, M. Si, 2010, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, hal. 47-102.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Pembelajaran

d. Keyakinan

e. Sikap

E. Tahap – Tahap Penelitian

Ada beberapa tahap penelitian yang akan dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Tahap Persiapan

   Tahap persiapan dimulai dengan perumusan masalah, menentukan variabel, melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan gambaran dan landasan teori yang tepat, menentukan, menyusun dan menyiapkan alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini yang kemudian dilakukan pengecekkan oleh pembimbing terlebih dahulu.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

   Dalam tahap ini lokasi ditentukan dan menyelesaikan perizinan penelitian, menentukan jumlah sampel, melakukan pengumpulan data dengan alat ukur yang sudah dipersiapkan.

3. Tahap Pengolahan Data

   a. Penelitian melakukan skoring terhadap hasil skala yang telah diisi oleh responden.

   b. Menghitung dan membuat tabulasi data yang diperoleh. Kemudian membuat tabel data.

   c. Melakukan analisa data dengan metode statistik.

   d. Membuat kesimpulan dan laporan akhir penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.[126] Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Kuesioner atau Angket

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.[127] Kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti disebarkan kepada responden langsung yaitu konsumen Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengadopsi model *Likert*. Model *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item - item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor pada setiap butirnya, sebagai berikut:

[126] Juliansyah Noor, 2012, *Metodologi Penelitian*, hal. 138.
[127] Juliansyah Noor, 2012, *Metodologi Penelitian*, hal. 139.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Sangat setuju diberi skor 5

b. Setuju diberi skor 4

c. Ragu - ragu diberi skor 3

d. Tidak Setuju diberi skor 2

e. Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

2. Metode Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung kepada responden penelitian untuk mencari perubahan atau hal - hal yang akan diteliti.[128]

Dari metode ini, peneliti akan membuat pengamatan untuk memperoleh data tentang kondisi atau situasi yang ada di Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya, baik dari kondisi lapangan dan aktivitas yang dilakukan.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengambil data yang berasal dari dokumen asli. Dokumen asli tersebut dapat berupa gambar, tabel, atau daftar periksa, dan film dokumenter.[129]

G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian

Apabila kuesioner sebagai alat ukur atau alat pengumpul data telah selesai dibuat,

[128] A. Aziz Alimul Hidayat, 2012, Metode Penelitian Kebidanan dan Teknik Analisis Data, Salemba Medika, Jakarta, hal. 99.
[129] A. Aziz Alimul Hidayat, 2012, Metode Penelitian Kebidanan dan Teknik Analisis Data, Salemba Medika, Jakarta, hal. 100.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

belum berarti kuesioner tersebut dapat langsung digunakan untuk mengumpulkan data. Kecuali kuesioner ini telah diuji validitas dan reabilitasnya, karena syarat instrument penelitian yang baik digunakan untuk mengukur variable harus memenuhi unsur-unsur akurasi, presisi, dan peka.[130] Validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrument.Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid, maka perlu di uji.[131]

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir *(corrected item total correlation)* dan nilainya dapat dilihat pada hasil pengolahan menggunakan program *Statistical Package For Social Science* (SPSS) versi 18 *for windows* pada tabel *item - total statistic* dikolom *corrected item - total correlation.* Suatu pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r hitung yang merupakan nilai *corrected item - total correlation* lebih besar dari r tabel.

Reliabilitas atau keterandalan ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau atau lebih terhadap gejala yang sama.

[130] Juliansyah Noor, 2012, *Metodologi Penelitian*, hal. 130.
[131] Juliansyah Noor, 2012, *Metodologi Penelitian*, hal. 132

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk diketahui bahwa perhitungan uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas.[132] Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan bantuan *Statistical Package For Social Science* (SPSS) versi 18 for windows. Ukuran yang dipakai untuk mewujudkan pernyataan tersebut reliabel, apabila nilai Cronbach *Alpha* > 0,6. Secara umum keandalan dalam kisaran > 0,60 s/d 0,80 baik, serta dalam kisaran > 0,80 s/d 1.00 dianggap sangat baik.

Untuk kepentingan tersebut maka kuesioner terlebih dulu diujikan kepada 30 responden. Hasil jawaban 30 responden ini kemudian dianalisa. Butir-butir pernyataan yang valid dapat dilihat pada hasil pengolahan *Statistical item total statistics* pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing butir pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas
Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya

NO.	Variabel	*Corrected Item-Total Correlation* (r Hitung)	r Tabel	Keterangan
1.	Usia		0.349	Valid
2.	Produk	0.472	0.349	Valid
3.	Harga	0.389	0.349	Valid
4.	Lokasi	0.586	0.349	Valid
5.	Promosi	0.517	0.349	Valid
6.	Bukti Fisik	0.537	0.349	Valid

[132] Juliansyah Noor, 2012, *Metodologi Penelitian*, hal. 130.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7.	Kelompok	0.623	0.349	Valid
8.	Keluarga	0.595	0.349	Valid
9.	Peran dan Status	0.595	0.349	Valid
10.	Situasi Ekonomi	0.483	0.349	Valid
11.	Pekerjaan	0.602	0.349	Valid
12.	Gaya Hidup	0.657	0.349	Valid
13.	Kepribadian	0.513	0.349	Valid
14.	Motivasi	0.621	0.349	Valid
15.	Persepsi	0.643	0.349	Valid
16.	Pembelajaran	0.746	0.349	Valid
17.	Keyakinan	0.707	0.349	Valid
18.	Sikap	0.532	0.349	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa item pernyataan untuk seluruh variabel dinyatakan valid. Dimana item kuesioner yang valid tersebut dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan tingkat reliabilitasnya, hasil uji koefisien reliabilitas (r *Alpha)* terhadap instrument variabel yang diuji dapat dirangkum pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2

Hasil Uji Reliabilitas

NO.	Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
1.	Usia	0.906	Reliabel
2.	Produk	0.894	Reliabel
3.	Harga	0.897	Reliabel
4.	Lokasi	0.891	Reliabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5.	Promosi	0.893	Reliabel
6.	Bukti Fisik	0.893	Reliabel
7.	Kelompok	0.890	Reliabel
8.	Keluarga	0.891	Reliabel
9.	Peran dan Status	0.891	Reliabel
10.	Situasi Ekonomi	0.897	Reliabel
11.	Pekerjaan	0.890	Reliabel
12.	Gaya Hidup	0.889	Reliabel
13.	Kepribadian	0.893	Reliabel
14.	Motivasi	0.890	Reliabel
15.	Persepsi	0.890	Reliabel
16.	Pembelajaran	0.886	Reliabel
17.	Keyakinan	0.888	Reliabel
18.	Sikap	0.893	Reliabel

Berdasarkan tabel rangkuman hasil uji reliabilitas diatas, nilai *alpha cronbach* untuk seluruh item pernyataan tersebut adalah 0.898, sehingga pernyataan bisa dianggap reliabel.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat - alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian.[133] Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis multivariat dengan metode analisis faktor. Analisis faktor merupakan nama umum yang menunjukkan suatu kelas prosedur, utamanya

[133] Juliansyah Noor, 2012, *Metodologi Penelitian*, hal. 163.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipergunakan untuk mereduksi data atau meringkas, dari variabel yang banyak diubah menjadi sedikit variabel.

1. Model Analisis Faktor

Secara matematis, analisis faktor agak mirip dengan regresi linear berganda, yaitu bahwa setiap variable dinyatakan sebagai suatu kombinasi linear dari faktor yang mendasari (*underlying factor).* Jumlah *(amount)* yang tercakup dalam analisis disebut *communalitiy*. Kovariasi antar variable yang diuraikan, dinyatakan dalam *commons factors* yang sedikit jumlahnya ditambah dengan faktor yang unik untuk setiap variable. Faktor-faktor ini tidak secara jelas terlihat *(not overtly observed).*[134]

Kalau variable-variabel dibakukan *(standardized),* model faktor bisa ditulis sebagai berikut.

$X_{i=} B_{i1}F_1 + B_{i2}F_2 + B_{i3}F_3 \ldots + B_{ij}F_j + \ldots B_{im}F_m + V_i\mu_i$

X_i= Variabel ke I yang dibakukan (rata - ratanya nol, standart deviasinya satu)

B_{ij} = Koefisien regresi parsial yang dibakukan untuk variable i pada *common faktor* j

F_i= *Common factor* ke j.

[134] J. Supranto, 2004, *Analisis Multivariat*, hal. 115-116.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

V_i = Koefisien regresi yang dibakukan untuk variable ke i pada faktor yang unik ke i (*unique factor*)

μ_1 = Faktor unik variable ke i.

m = Banyaknya *common factor.*

Faktor yang unik tidak berkorelasi dengan sesame faktor yang unik dan juga tidak berkorelasi dengan *common factor*. *Common factor* sendiri bisa dinyatakan sebagai kombinasi linear dari variable-variabel yang terlihat atu terobservasi (*the observed variable)* hasil penelitian lapangan.

$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 \ldots + W_{ik}X_k$

Di mana:

F_i = perkiraan faktor ke i (didasarkan pada nilai variable X dengan koefisiennya W_i)

W_i = timbangan atau koefisien nilai faktor ke i.

k = banyaknya variabel

2. Statistik yang Relevan dengan Analisis Faktor

Statistik kunci yang relevan dengan analisis faktor adalah sebagai berikut: *Bartlett's testof sphericity* yaitu suatu uji statistik yang dipergunakan untuk menguji hipotesis bahwa variable tidak saling berkorelasi (*uncorrelated*) dalam populasi. Dengan perkataan lain matrix korelasi populasi merupakan matrix identitas *(identity matrix*), di mana setiap variable berkorelasi dengan dirinya sendiri secara sempurna dengan r = 1 akan tetapi sama sekali tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkorelasi dengan lainnya r = 0, jadi elemen pada diagonal utama matrix semua nilainya 1, sedangkan di luar diagonal utama nilainya nol (r_{ij} = kalau i = j dan i= 0 kalau i≠ j).[135] *Communality* ialah jumlah varian yang disumbangkan oleh suatu variable dengan seluruh variable lainnya dalam analisis. Bisa juga disebut proporsi atau bagian varian dijelaskan oleh *common factor* atau besarnya sumbangan suatu faktor terhadap varian seluruh variable. *Eigen value* merupakan jumlah varian yang dijelaskan oleh setiap faktor. *Factor loadings* ialah korelasi sederahana antara variabel dengan faktor. *Factor loading plot* ialah suatu plot dari variable asli dengan menggunakan *factor loadings* sebagai koordinat. *Factor matrix* yang memuat semua faktor loading dari semua variable pada semua *factor extracted*. *Factor scores* merupakan skor komposit yang diestimasi untuk setiap responden pada faktor turunan (*derived factors). Keiser-Meyer-Oklin (KMO) measure of sampling adequacy* merupakan suatu indeks yang dipergunakan untuk meneliti ketepatan analisis faktor. Nilai tinggi Antara 0,5 – 1, 0 berarti analisis faktor tepat, kalau kurang dari 0,5 analisis faktor dikatakan tidak tepat. *Percentage of variance* merupakan presentase varian total yang disumbangakan oleh setiap faktor. *Residuals* merupakan perbedaan antara korelasi yang terobservasi berdasarkan input correlation matrix dan korelasi hasil reproduksi yang diperkirakan dari matrix

[135] J. Supranto, 2004, *Analisis Multivariat*, hal. 117.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

faktor. *Scree plot* merupakan plot dari eigen value sebagai sumbu tegak *(vertical)* dan banyaknya faktor sebagai sumbu datar, untuk menentukan banyaknya faktor yang bisa ditarik *(factor extraction).*[136] Untuk proses pengolahan data dibantu dengan program *Statistical Package For Social Science* (SPSS) versi 18 for windows.

3. Melakukan Analisis Faktor

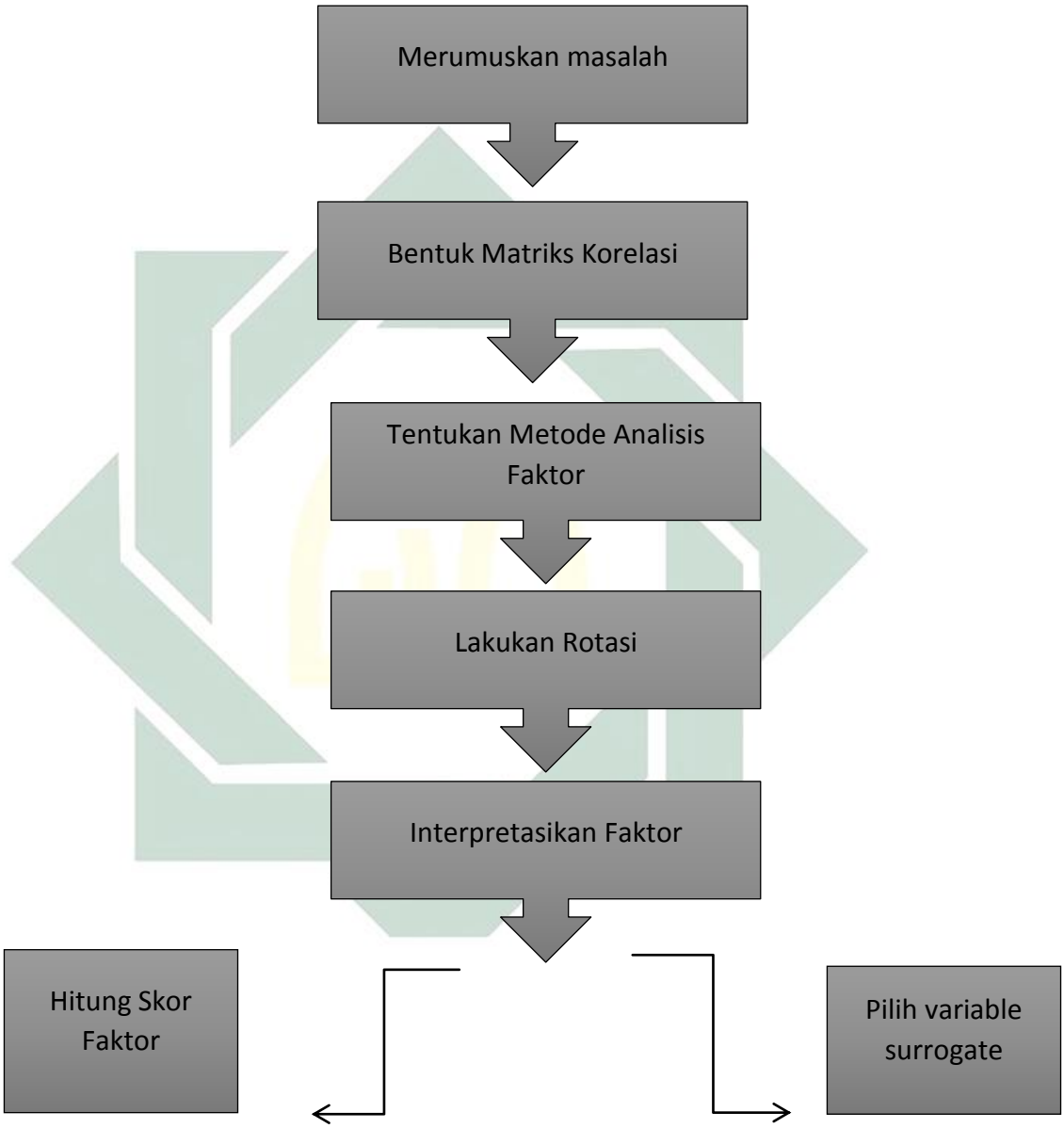
Langkah pertama dalam analisis faktor ialah merumuskan masalah faktor analisis dan mengidentifikasi atau mengenali variable asli yang akan dianalisis faktor. Kemudian suatu matriks korelasi dari variabel - variabel ini dibentuk dan metode analisis faktor dipilih. Peneliti menentukan banyaknya faktor yang akan disarikan (*extracted*) dari variable yang banyak tersebuta dan metode rotasi yang akan dipergunakan untuk. Langkah berikutnya harus menginterpretasikan faktor hasil rotasi. Tergantung pada tujuan penelitian, skor faktor harus dihitung atau variable yang akan dipergunakan untuk analisis multivariat lebih lanjut. Akhirnya model analisis yang cocok dan tepat ditentukan. Langkah - langkah yang diperlukan di dalam analisis faktor adalah sebagai berikut:[137]

[136] J. Supranto, 2004, *Analisis Multivariat*, hal. 118.
[137] J. Supranto, 2004, *Analisis Multivariat*, hal. 121-122.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.1

Langkah-Langkah dalam Analisis Faktor



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id