

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Dimana pendekatan kuantitatif bertujuan “untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya”.¹

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, sedangkan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

Penelitian kuantitatif dengan judul pengaruh iklan gambar busana muslimah terhadap minat beli mahasiswi UIN Sunan Ampel ini menggunakan bentuk asosiatif hubungan kausal.

Jenis penelitian di dalam pendekatan kuantitatif penting ini adalah menggunakan penelitian assosiatif. Bentuk dari penelitian assosiatif sendiri juga terbagi menjadi simetris, kausal dan interaktif / resiprocal / timbal balik.

Jenis penelitian Asosiatif hubungan kausal (sebab, akibat) ini yaitu dimana

¹ Tim penyusun Jurusan Manajemen Dakwah, 2012, *panduan penulisan skripsi jurusan manajemen dakwah*, jurusan manajemen dakwah fakultas dakwah, Surabaya, hal. 4.

² Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, hal. 14.

terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) yaitu iklan gambar dan dependen (dipengaruhi) yaitu minat beli.³

B. Objek Penelitian yang Dianalisis

Objek penelitian ini adalah UIN Sunan Ampel Surabaya. Sebagai salah satu Perguruan Tinggi Negeri Islam yang berada di kawasan Jawa Timur. UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya yang menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi. UIN Surabaya diberi nama Sunan Ampel, adalah nama salah seorang Walisongo tokoh penyebar Islam di Indonesia.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang diterapkan oleh peneliti untuk diperlajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴

Berdasarkan definisi dari populasi tersebut, maka dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh mahasiswi selama waktu penelitian ini berlangsung dan pernah melihat iklan gambar busana muslimah. Menurut data yang diperoleh peneliti dari Kepala Bagian

³ Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, hal. 59.

⁴ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR Hal. 92.

Kemahasiswaan Rektorat, jumlah mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya yang aktif sebanyak 6350 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁵ Hal-hal yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang harus diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) populasinya.

Menurut Radiany Rahmady yang dikutip oleh Burhan Bungin tentang penentuan jumlah sampel yang jumlahnya tak terhingga yaitu menggunakan rumus perhitungan besaran sampel :⁶

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

n = Jumlah sampel yang dicari

N= Jumlah populasi

d= Nilai presisi

jadi dalam penelitian ini diperoleh perhitungan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{6350}{6350 \cdot (0,1)^2 + 1} = \frac{6350}{6350 \cdot 0,01 + 1} = \frac{6350}{63,5 + 1} = \frac{6350}{64,5} = 98,4 = 99$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini tersebut sebanyak 100 responden.

⁵ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR Hal. 94.

⁶ Rumus dan contoh perhitungannya, Disertasi. *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan dan Dampaknya Terhadap Keputusan untuk Memilih Jurusan Manajemen pada Perguruan Tinggi Swasta di Kalimantan Selatan*. Disertasi PascaSarjana Univ. 17 Agustus 1945 Surabaya. 2014. Hal. 109.

3. Teknik Pengambilan Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua populasi dalam posisi yang sama-sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel atau setiap anggota tidak memiliki peluang untuk menjadi sampel.⁷ Metode pengambilan sampelnya menggunakan *sampling acsidental*, yaitu teknik untuk menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸

D. Variabel Dan Indikator Penelitian

Menurut Nazir yang dikutip oleh Muslich Anshori dan Sri Iswati,⁹ Variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai". Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang bebentuk apa saja yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.¹⁰

Variabel bebas atau *Independent variable* (X)

⁷ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR Hal. 101.

⁸ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR Hal. 105.

⁹ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR Hal. 56.

¹⁰ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UIN Syarif Hidayatullah Hal. 56.

Apabila ada dua variabel yang saling berhubungan, sedangkan bentuk hubungannya adalah bahwa perubahan variabel yang satu mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel lain, maka variabel yang mempengaruhi atau variabel penyebab merupakan variabel bebas (*independent variable*).

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*.¹¹

Variabel X pada penelitian ini adalah Iklan gambar (X). Pada variabel ini telah ditentukan indikator penelitian sebagai berikut :

- a. Frekuensi
 - b. Bobot
 - c. Jangkauan
 - d. Kontinuitas. ¹²

Tabel 3.1 Indikator variabel iklan gambar

Variabel bebas (X)	Indikator
IKLAN GAMBAR	1. Frekuensi 2. Bobot 3. Jangkauan 4. Kontinuitas

Sumber: Terence A. Shimp

¹¹ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR Hal. 57.

¹² Terence A. Shimp, 2003, *periklanan promosi*, Erlangga, Jakarta, Hal. 8- 20.

Variabel terikat atau bergantung atau *dependent variable* (Y)

Apabila ada dua variabel yang saling berhubungan , sedangkan bentuk hubungannya adalah bahwa perubahan variabel yang satu mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel lain, maka variabel yang dipengaruhi atau variabel yang disebabkan , merupakan variabel tidak bebas atau bergantung (*dependent variable*). Variabel ini sering juga disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuensi.¹³

Minat beli (Y). Faktor minat pembelian yang dijadikan indikator adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisa keinginan dan kebutuhan
 - b. Menilai sumber-sumber
 - c. Menentukan tujuan pembelian
 - d. Mengidentifikasi alternatif pembelian
 - e. Keputusan pembelian¹⁴

¹³ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR Hal. 57-58.

¹⁴ Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi pemasaran*, Yogyakarta, ANDI, hal.23.

Tabel 3.2 Indikator variabel minat beli

Variabel terikat (Y)	Indikator
MINAT BELI	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="711 545 1000 588">1. Pengenalan masalah <li data-bbox="711 642 1000 685">2. Pencarian informasi <li data-bbox="711 741 1000 783">3. Evaluasi alternatif <li data-bbox="711 840 1000 880">4. Keputusan beli <li data-bbox="711 936 1000 979">5. Perilaku purna beli

Sumber : William J. Stanton

E. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam tahap-tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- ## 1. Menemukan, memilih, dan merumuskan masalah

Setiap penelitian didasarkan pada permasalahan yang dihadapi.

Permasalahan itu bisa tentang ketidak sesuaian dengan teori, keunikan, kekurangan, ataupun kelebihan dari suatu obyek sehingga menarik untuk diteliti.

2. Menyusun kerangka teori

Langkah selanjutnya adalah memantapkan diri untuk meneliti masalah tersebut dengan teori yang berhubungan. Yaitu tentang iklan gambar dan minat beli.

3. Merumuskan hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara yang dibuat sebelum penelitian dilakukan. Hipotesis tersebut dibuat berdasarkan teori dan analisa sementara peneliti. Selanjutnya hipotesis itu akan dibuktikan dengan data-data yang telah diperoleh.

4. Memilih alat pengumpulan data

Dalam proses pemilihan alat pengumpulan data, peneliti memutuskan untuk menggunakan kuesioner yang akan disebar pada 100 responden. Data yang didapat dari kuesioner adalah data primer. Dan untuk mendapatkan data sekunder seperti profil kampus, peneliti menggunakan metode dokumentasi yaitu mengunjungi langsung UIN Sunan Ampel Surabaya.

5. Menganalisis data yang telah didapatkan dan menyajikannya.

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dan Ms. Excel.

Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data menggunakan tabel Ms. Excel dan data diolah menggunakan SPSS, kemudian di analisa.

6. Mengambil kesimpulan

Setelah dilakukan analisa terhadap data yang didapatkan dan pembahasan yang mendalam, kemudian peneliti mengambil kesimpulan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data jika dilihat dari sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer yaitu data yang dapat memberikan secara langsung kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

¹⁵Selanjutnya kalau dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuesioner (angket).

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.¹⁶

¹⁵ Sugiyono,2006,*Metode Penelitian Kuantitatif,kualitatif,dan R&D*,bandung ,Alfabeta,hal. 193.

¹⁶ Sugiyono,2006,*Metode Penelitian Kuantitatif,kualitatif,dan R&D*,bandung ,Alfabeta,hal. 199.

Skor untuk masing-masing nilai kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Pertanyaan positif

STS (Sangat Tidak Setuju)	1
TS (Tidak Setuju)	2
N (Netral)	3
S (Setuju)	4
SS (Sangat Setuju)	5

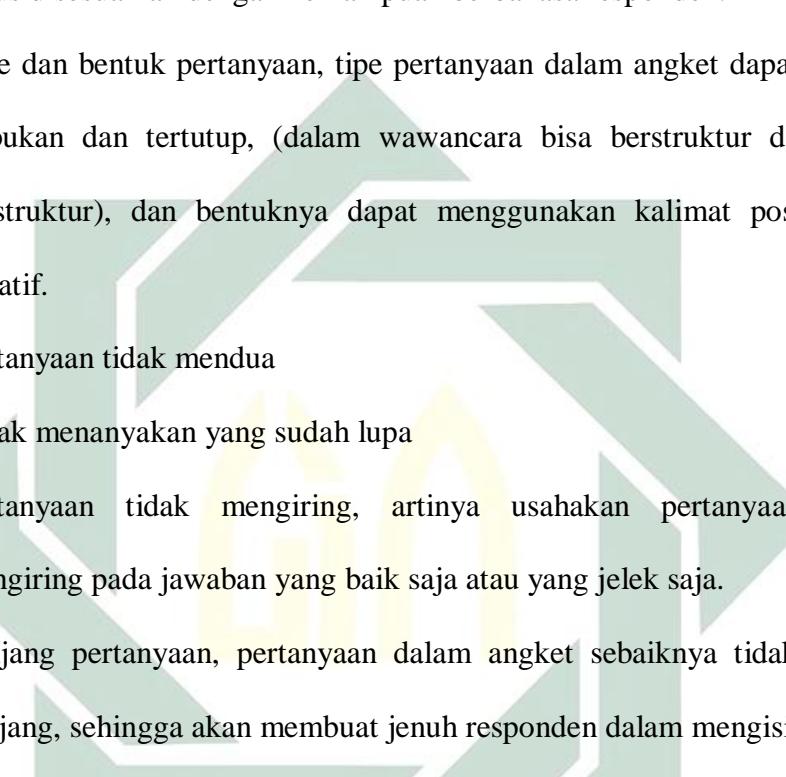
2. Pertanyaan negatif

STS (Sangat Tidak Setuju)	5
TS (Tidak Setuju)	4
N (Netral)	3
S (Setuju)	2
SS (Sangat Setuju)	1

Sugiyono mengungkapkan beberapa jenis prinsip penulisan angket yaitu sebagai berikut :

- a. Isi dan tujuan pertanyaan atau pernyataan, yang dimaksud disini adalah isi pertanyaan tersebut merupakan bentuk pengukuran atau bukan. Kalau berbentuk pengukuran, maka dalam membuat pertanyaan harus teliti,

setiap pertanyaan harus ada skala pengukuran dan jumlah itemnya mencukupi untuk mengukur variabel yang diteliti.

- 
 - b. Bahasa yang digunakan, bahasa yang digunakan dalam penulisan angket harus disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden.
 - c. Tipe dan bentuk pertanyaan, tipe pertanyaan dalam angket dapat berupa terbuka dan tertutup, (dalam wawancara bisa berstruktur dan tidak berstruktur), dan bentuknya dapat menggunakan kalimat positif dan negatif.
 - d. Pertanyaan tidak mendua
 - e. Tidak menanyakan yang sudah lupa
 - f. Pertanyaan tidak mengiring, artinya usahakan pertanyaan tidak mengiring pada jawaban yang baik saja atau yang jelek saja.
 - g. Panjang pertanyaan, pertanyaan dalam angket sebaiknya tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jemu responden dalam mengisi.
 - h. Untuk pertanyaan, urutan pertanyaan dalam angket, dimulai yang umum menuju yang khusus, atau dari yang mudah menuju hal yang sulit.¹⁷

G. Teknik Analisis Data

Penyajian data yang dilakukan adalah :

1. Pengeditan (*Editing*), sebelum data diolah maka data tersebut harus diedit terlebih dahulu.

¹⁷ Sugiyono,2006, *Metode Penelitian Kuantitatif,kualitatif,dan R&D*,bandung ,Alfabeta, hal.200-204.

2. Pemberian kode (mengodekan data), pemberian kode merupakan proses identifikasi dan klasifikasi data penelitian ke dalam skor numerik atau karakter simbol.
 3. Teknik analisa data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik.

Terdapat dua macam statistik yang digunakan yakni statistik deskriptif dan statistik inferensial (statistik parametris dan statistik nonparametris).

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Iklan Gambar Busana muslimah Pada Mahasiswi terhadap minat belinya di UIN Sunan Ampel Surabaya ini menggunakan teknik analisa data dengan statistik inferensial. Statistik inferensial adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya akan digeneralisasi (diinferensikan) di tingkat populasi tempat sampel diambil. Statistik ini disebut statistik probabilitas, karena statistik ini digunakan untuk menganalisa data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.¹⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran ordinal dan alat uji korelasi *Rank Spearman* dan uji linier sederhana. Skala pengukuran ordinal adalah suatu ukuran di mana angka yang diberikan kepada obyek mengandung pengertian tingkatan.¹⁹

$$p = 1 - \frac{6 \sum b}{n(n^2-1)}$$

¹⁸ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR. Hal.123.

¹⁹ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR, Hal.123.

Korelasi *Rank spearman* merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dua variabel bila datanya berskala ordinal.²⁰ Uji regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi hubungan diantara 2 variabel.²¹

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n \sum x^2 - (\sum xy)}$$

H. Teknik Validitas dan Reliabilitas Instrumen Data

Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terdapat dilapangan dan data yang diperoleh oleh peneliti. Validitas dikonsepsikan sebagai sejauhmana tes mampu mengukur atribut yang seharusnya diukur. Suatu alat ukur yang tingginya validitasnya akan menghasilkan error pengukur yang kecil. Artinya skor setiap objek yang diperoleh dari alat ukur tersebut tidaklah jauh berbeda dari skor sesungguhnya.²²

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen (alat ukur). Ada 2 macam validitas sesuai dengan cara pengujinya, yaitu validitas eksternal dan internal.

Validitas instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah validitas eksternal, yaitu validitas yang berkaitan dengan kesesuaian antara data yang

²⁰ Nanang Martono, 2010, *Statistik Sosial*, Yogyakarta, Gava Media, hal.224.

²¹ Nanang Martono,2010, *Statistik Sosial*, Yogyakarta, Gava Media, hal.222.

²² Abd.Rahman Chudlori dan Aun falestin Faletahan,Dkk,2011,*Panduan penulisan skripsi Manajamen Dakwah,Jurusan Manajemen Dakwah fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel,Surabaya,hal.51.*

dihasilkan dengan data lain mengenai variabel penelitian yang sedang diukur.

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi (bivariate pearson)

x = Variabel Independen

y = Variabel Dependen

n = Banyaknya subjek

Reliabilitas berkaitan dengan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.²⁴

$$CA = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

CA = Reliabilitas instrument (nilai alpha)

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_1^2 = varian total

²³ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR, Hal.83.

²⁴ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, UNAIR, Hal.75.