

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Sejarah singkat berdirinya Fakultas Ekonomi

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia didirikan oleh Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia pada tanggal 18 Maret 1948. Kemudian pada tanggal 21 Desember 1951 dikukuhkan dengan akte Notaris RM. Wiranto No. 9. Pada awal berdirinya, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia mempunyai tiga jurusan yaitu : Jurusan Ketatanegaraan, Jurusan Umum, dan Jurusan Perusahaan. Pada tahun 1964, Jurusan Ketatanegaraan dan Jurusan Umum kurang mengalami perkembangan sehingga kedua jurusan tersebut ditutup. Oleh karena itu, dari tahun 1964 sampai tahun 1980 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia hanya mempunyai satu jurusan yaitu : Jurusan Perusahaan.

Seiring dengan laju pembangunan Indonesia dan perkembangan ilmu pengetahuan, pada tahun 1980 / 1981 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia membuka Jurusan Akuntansi. Kemudian pada tahun 1990 / 1991 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia membuka Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP). Sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0313 / V / 1994 tentang Kurikulum Nasional, nama Jurusan IESP diubah menjadi Jurusan Ekonomi Pembangunan. Oleh karena itu, sampai saat ini Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia mempunyai tiga jurusan, yaitu :

1. Jurusan Ekonomi Manajemen
2. Jurusan Ekonomi Akuntansi
3. Jurusan Ekonomi Pembangunan

Pada tanggal 19 November 1962 Jurusan Manajemen memperoleh status terdaftar namun baru memperoleh status diakui pada tanggal 14 Desember 1962. Selanjutnya pada tanggal 18 Februari 1966 dengan Surat Keputusan Menteri PTP No. 36, Jurusan Manajemen status disamakan baik untuk jenjang Sarjana muda (D3) maupun Sarjana (S1). Kemudian pada tanggal 23 September 1981 mendapat pengukuhan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 081 / 0 / 1992. Pada tanggal 31 Januari 1992, Jurusan Manajemen memperoleh kembali pengukuhan status disamakan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 081 / 0 / 1992. Kemudian pada tanggal 22 Desember 1998, berdasarkan Surat Keputusan BAN Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 002 / BAN PT / AK II / XII / 1998 Jurusan Ekonomi Pembangunan ditetapkan mendapat akreditasi dengan nilai A



3.2 Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa variabel, diantaranya adalah :

- a. Sikap
- b. Kepercayaan
- c. Evaluasi

3.3 Definisi Operasional Variabel

- a. Sikap
Sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu objek yang relatif konsisten
- b. Kepercayaan
Kepercayaan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki oleh seseorang mengenai sesuatu
- c. Evaluasi
Evaluasi adalah penilaian konsumen terhadap konsekuensi yang akan diterima atas atribut yang melekat pada produk

3.4 Instrumen atau Alat Pengumpul Data

3.4.1 Bentuk kuesioner

Bentuk kuesioner digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang sikap terhadap atribut produk busana muslimah, yang berupa daftar pertanyaan yang terdiri dari : dua pertanyaan karakteristik responden dan sepuluh pertanyaan pasangan yang menganalisis sikap (berupa komponen kepercayaan dan evaluasi).

3.4.2 Skala Likert

Indeks sikap konsumen dapat diperoleh dengan menggunakan penilaian dengan metode skala Likert yang ditentukan dalam lima tingkat penilaian baik untuk komponen kepercayaan dan komponen evaluasi. Kelima penilaian tersebut adalah :

Skala penilaian untuk komponen kepercayaan dan evaluasi :

Sangat Setuju (SS) diberi bobot 5

Setuju (S) -diberi bobot 4

Cukup Setuju (CS) diberi bobot 3

Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2

Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1

3.4.3 Uji Validitas

Uji Validitas adalah proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir - butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya, dimana pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing - masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan program *SPSS 12.0*. Uji validitas merupakan kewajiban akademik setiap peneliti untuk berupaya menegakkan validitas instrumen pengisi datanya, karena kualitas instrumen akan sangat menentukan validitas internal penelitian yang dilakukan. Untuk menghitung koefisien korelasi digunakan metode korelasi Pearson.

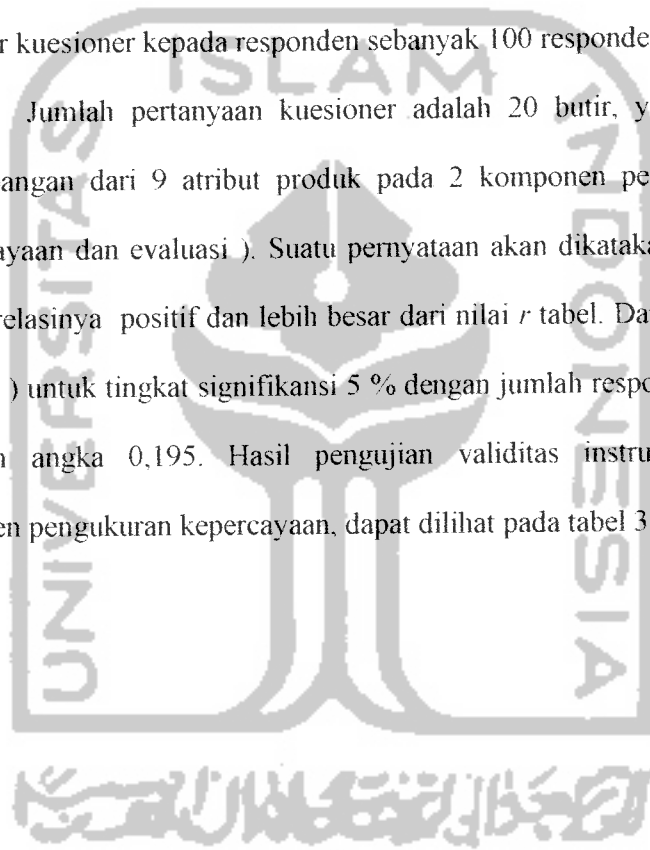
3.4.4 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu proses pengukuran yang mengacu pada derajat ketepatan, ketelitian, dan akurasi yang ditunjukkan oleh instrumen atau alat pengumpul data. Uji ini menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Pengujian reliabilitas terhadap daftar pertanyaan dilaksanakan dengan menggunakan program *SPSS* versi 12.0. Uji reliabilitas atas setiap pertanyaan kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode Alpha.

3.4.5 Pengujian Instrumen Penelitian

Untuk memenuhi kriteria sebagai instrumen penelitian yang valid dan reliabel, kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan program *SPSS* versi 12.0 dengan tingkat signifikansi 5 %. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada responden sebanyak 100 responden.

Jumlah pertanyaan kuesioner adalah 20 butir, yang merupakan pengembangan dari 9 atribut produk pada 2 komponen pengukuran sikap (kepercayaan dan evaluasi). Suatu pernyataan akan dikatakan valid apabila skor korelasinya positif dan lebih besar dari nilai r tabel. Dari tabel r (lihat lampiran) untuk tingkat signifikansi 5 % dengan jumlah responden 100 orang diperoleh angka 0,195. Hasil pengujian validitas instrumen penelitian komponen pengukuran kepercayaan, dapat dilihat pada tabel 3.1 di bawah ini :



Tabel 3.1
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian
Pada Komponen Pengukuran Kepercayaan

Atribut Produk dan Pertanyaan	Skor Korelasi	Keterangan
Faktor bahan Busana muslimah yang nyaman dipakai baik bagi anda	0,164	Tidak Valid
Faktor merek Busana muslimah yang memiliki reputasi merek yang tinggi baik bagi anda	0,400	Valid
Faktor jahitan Busana muslimah yang jahitannya bagus baik bagi anda	0,477	Valid
Faktor harga Busana muslimah yang harga sesuai kualitasnya menarik bagi anda	0,508	Valid
Faktor model Busana muslimah yang modelnya funky baik bagi anda	0,632	Valid
Busana muslimah yang modelnya syar'i (sesuai aturan) baik bagi anda	0,416	Valid

Faktor motif		
Busana muslimah yang motifnya funky baik bagi anda	0,532	Valid
Faktor perawatan		
Busana muslimah yang perawatannya mudah baik bagi anda	0,302	Valid
Faktor ukuran		
Bagi anda, busana muslimah yang baik adalah yang memiliki pilihan ukuran	0,221	Valid
Faktor warna		
Bagi anda, busana muslimah yang baik adalah yang memiliki pilihan warna	0,345	Valid

Sumber : Data primer diolah (2006)

Hasil uji validitas pada tabel 3.1 di atas menunjukkan bahwa pertanyaan pada atribut produk berupa : faktor bahan mempunyai skor korelasi negatif karena lebih kecil dari nilai r tabel (0,195) sehingga pertanyaan tersebut tidak valid. Hal ini menyebabkan atribut produk berupa : faktor bahan tidak layak digunakan sebagai pertanyaan, namun tetap digunakan sebagai gambaran saja, karena penulis menggunakan model Fishbein yang nantinya kepercayaan faktor bahan harus dikalikan dengan evaluasi faktor bahan untuk mengetahui sikap pada faktor bahan. Tetapi

pertanyaan pada atribut produk berupa : faktor merek, faktor jahitan, faktor harga, faktor model, faktor motif, faktor perawatan, faktor ukuran, faktor warna pada komponen pengukuran kepercayaan yang ada dalam penelitian mempunyai skor korelasi positif karena lebih besar dari nilai r tabel (0, 195) sehingga pertanyaan tersebut valid dan layak digunakan sebagai pertanyaan.

Hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada komponen pengukuran evaluasi, dapat dilihat pada tabel 3.2 di bawah ini :

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian
Pada Komponen Pengukuran Evaluasi

Atribut Produk dan Pertanyaan	Skor Korelasi	Keterangan
Faktor bahan Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang nyaman dipakai	0,390	Valid
Faktor merek Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang memiliki reputasi merek yang tinggi	0,421	Valid

Faktor jahitan		
Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang jahitannya bagus	0,325	Valid
Faktor harga		
Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang harganya sesuai kualitas	0,241	Valid
Faktor model		
Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang modelnya funky	0,533	Valid
Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang modelnya syar'i (sesuai aturan)	0,472	Valid
Faktor motif		
Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang motifnya funky	0,503	Valid
Faktor perawatan		
Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang perawatannya mudah	0,392	Valid
Faktor ukuran		
Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang memiliki pilihan ukuran	0,584	Valid

Faktor warna		
Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang memiliki pilihan warna	0,426	Valid

Sumber : Data primer diolah (2006)

Hasil uji validitas pada tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa pertanyaan pada semua atribut produk berupa : faktor bahan, faktor merek, faktor jahitan, faktor harga, faktor model, faktor motif, faktor perawatan, faktor ukuran, faktor warna pada komponen pengukuran evaluasi yang ada dalam penelitian mempunyai skor korelasi positif karena lebih besar dari nilai r tabel (0,195) sehingga pertanyaan tersebut valid dan layak digunakan sebagai pertanyaan.

Uji reliabilitas terhadap item - item pertanyaan digunakan untuk mengukur kehandalan atau konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu kuisioner dikatakan reliabel, jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini diukur melalui metode alpha. Suatu variabel akan dikatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha cronbachnya positif dan lebih besar dari 0,6 (Rangkuti, 2002, hlm.77).

Hasil uji reliabilitas untuk setiap atribut produk pada masing - masing komponen pengukuran sikap (kepercayaan dan evaluasi) secara singkat dapat ditunjukkan dalam tabel 3.3 di bawah ini :

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian
Pada Komponen Pengukuran Kepercayaan

Atribut Produk dan Pertanyaan	Koefisien Alpha	Keterangan
Faktor bahan Busana muslimah yang nyaman dipakai baik bagi anda	0,672	Reliabel
Faktor merek Busana muslimah yang memiliki reputasi merek yang tinggi baik bagi anda	0,647	Reliabel
Faktor jahitan Busana muslimah yang jahitannya bagus baik bagi anda	0,639	Reliabel
Faktor harga Busana muslimah yang harga sesuai kualitasnya menarik bagi anda	0,631	Reliabel
Faktor model Busana muslimah yang modelnya funky baik bagi anda	0,610	Reliabel
Busana muslimah yang modelnya syar'i (sesuai aturan) baik bagi anda	0,645	Reliabel

Faktor motif		
Busana muslimah yang motifnya funky baik bagi anda	0,627	Reliabel
Faktor perawatan		
Busana muslimah yang perawatannya mudah baik bagi anda	0,657	Reliabel
Faktor ukuran		
Bagi anda, busana muslimah yang baik adalah yang memiliki pilihan ukuran	0,663	Reliabel
Faktor warna		
Bagi anda, busana muslimah yang baik adalah yang memiliki pilihan warna	0,653	Reliabel

Sumber : Data primer diolah (2006)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa pertanyaan pada semua atribut produk berupa : faktor bahan, faktor merek, faktor jahitan, faktor harga, faktor model, faktor motif, faktor perawatan, faktor ukuran, faktor warna pada dua komponen pengukuran sikap (kepercayaan dan evaluasi) adalah reliabel.

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian
Pada Komponen Pengukuran Evaluasi

Atribut Produk dan Pertanyaan	Koefisien Alpha	Keterangan
Faktor bahan Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang nyaman dipakai	0,660	Reliabel
Faktor merek Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang memiliki reputasi merek yang tinggi	0,657	Reliabel
Faktor jahitan Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang jahitannya bagus	0,667	Reliabel
Faktor harga Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang harganya sesuai kualitas	0,677	Reliabel
Faktor model Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang modelnya funky	0,645	Reliabel

Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang modelnya syar'i (sesuai aturan)	0,650	Reliabel
Faktor motif Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang motifnya funky	0,649	Reliabel
Faktor perawatan Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang perawatannya mudah	0,661	Reliabel
Faktor ukuran Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang memiliki pilihan ukuran	0,636	Reliabel
Faktor warna Produk Butik Karita adalah busana muslimah yang memiliki pilihan warna	0,657	Reliabel

Sumber : Data primer diolah (2006)

Hasil uji reliabilitas dalam tabel 3.4 di atas menunjukkan bahwa pertanyaan pada semua atribut produk berupa : faktor bahan, faktor merek, faktor jahitan, faktor harga, faktor model, faktor motif, faktor perawatan, faktor ukuran, faktor warna pada dua komponen pengukuran sikap (kepercayaan dan evaluasi) adalah reliabel.

3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data adalah informasi yang diakui kebenarannya dan akan menjadi dasar untuk dianalisis dalam penelitian.

3.5.1 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data ekstern. Data ekstern dibagi menjadi dua yaitu :

3.5.1.1 Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui kuesioner yaitu kepercayaan dan evaluasi tentang sikap konsumen terhadap atribut produk. Penulis membuat kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai atribut produk busana muslimah Butik Karita dan kuesioner diisi oleh responden.

3.5.1.2 Data Sekunder

Data diperoleh dari buku teks, catatan kuliah, artikel, jurnal dan literatur - literatur.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dapat diperoleh antara lain melalui :

a. Kuesioner

Penulis membuat daftar pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden dan responden mengisi jawaban tentang atribut produk yang dinilainya sesuai pendapatnya masing-masing

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara atau tanya jawab langsung dengan responden yang mengetahui produk busana muslimah

c. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti sambil mencatat hal - hal penting untuk bahan penulisan

d. Studi Pustaka

Penulis mempelajari berbagai buku teks dan bahan - bahan lain untuk memperoleh data dan teori yang relevan dengan penelitian.

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti, dan dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang memakai produk busana muslimah Butik Karita dan konsumen yang tidak memakai produk busana muslimah Butik Karita tetapi mengetahui produk busana muslimah Butik Karita dari orang lain. Konsumen yang dimaksud adalah mahasiswi Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

3.6.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti. Dalam penelitian ini sampelnya adalah konsumen pengguna produk busana muslimah Butik Karita. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Non Probability Sampling* yaitu dengan *accidental sampling* atau teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti (Sugiyono, 1999 : 77). Dengan menggunakan rumus jumlah populasi ketahu sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{1/2} \alpha)^2 \cdot S^2}{E^2}$$

dimana :

E : deviasi sampling maksimal yang diinginkan peneliti

Z : luas kurva normal standar

: tingkat kesalahan data yang ditoleransi peneliti

S : standar deviasi sampel

n : jumlah sampel

Peneliti menginginkan derajat keyakinan 95 % (berarti nilai Z = 1,96). Deviasi sampling maksimal 0,1 dan standar deviasi sampel 0,5 serta tingkat kesalahan yang dapat ditolerir 5 %. Hasil perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5)^2}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) \cdot (0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \approx 96$$

Untuk mempermudah dalam perhitungannya, maka angka dibulatkan menjadi 100.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang digunakan untuk mendukung analisis kuantitatif dan lebih deskriptif.

3.7.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis data yang didasarkan pada hasil jawaban dari responden dan disusun dalam bentuk tabulasi data. Analisis ini digunakan untuk mengukur sikap konsumen yaitu dengan menggunakan :

1. Model Sikap Fishbein

$$A_o = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

dimana :

A_o : sikap total individu terhadap objek tertentu

b_i : kekuatan kepercayaan bahwa objek memiliki atribut i

e_i : evaluasi kepercayaan mengenai atribut i

n : jumlah atribut yang menonjol

2. Analisis Varians (ANOVA)

Analisis Varians (ANOVA) digunakan untuk menguji perbedaan rata - rata hitung jika kelompok sampel yang dibedakan atas karakteristiknya. Ada tidaknya perbedaan penilaian responden

terhadap atribut - atribut produk busana muslimah berdasarkan karakteristiknya, alat analisis yang digunakan adalah uji analisis varians dinyatakan nilai F. Adapun langkah - langkahnya sebagai berikut :

- a. Menghitung penduga pertama varians populasi dari varians antar sampel

Rumus :

$$(S_a^2) = \frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n - 1}$$

dimana :

S_a^2 : varians antar sampel

$\bar{x} - \bar{x}$: rata-rata sampel

n : besarnya sampel

- b. Menghitung penduga kedua varians dari ketiga populasi sama.

Oleh sebab itu, kita dapat menggunakan salah satu dari varians sampel sebagai penduga varians populasi yang kedua.

Rumus :

$$S_w^2 = \frac{S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2}{n}$$

dimana :

S_w^2 : varians dalam sampel

$S_1^2 + \dots + S_n^2$: varians sampel 1 sampai ke-n

Uji analisis varians dinyatakan nilai F. Adapun langkah-langkahnya :

- a. Menghitung penduga pertama varians populasi dari varians antar sampel

Rumus :

$$S_a^2 = \frac{\sum (\bar{x} - x)^2}{n-1}$$

dimana :

S_a^2 : varians antar sampel

$\bar{x} - x$: rata-rata sampel

n : besarnya sampel

- b. Menghitung penduga kedua varians dari varians dalam sampel.

Kita mempunyai anggapan bahwa varians dari ketiga populasi sama. Oleh sebab itu, kita dapat mempergunakan salah satu dari varians sampel sebagai penduga varians populasi yang kedua.

Rumus :

$$S_w^2 = \frac{S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2}{n}$$

dimana :

S_w^2 : varians dalam sampel

$S_1^2 + \dots + S_n^2$: varians sampel 1 sampai ke-n

c. Pengujian Statistik F

Merupakan rasio dari varians antar sampel sebagai penduga varians populasi yang pertama dengan varians dalam sampel sebagai penduga varians populasi yang kedua.

Rumus :

$$F = \frac{nS_a^2}{S_w^2}$$

dimana:

F : rasio F

nS_a^2 : varians antar sampel

S_w^2 : varians dalam sampel

