

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif, karena data diperoleh secara langsung dari hasil pengamatan objek secara faktual, dan dideskripsikan secara komprehensif dan sistematis. Objek penelitian ini adalah para konsumen muslim bisnis *online*, yaitu mahasiswa fakultas agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Jenis Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diambil dari sumber data primer atau sumber data pertama di lapangan¹. Data ini diperoleh melalui informasi yang diambil dari konsumen bisnis *online* yaitu melalui kuisisioner yang memuat pertanyaan-pertanyaan yang dibutuhkan dalam penelitian dan wawancara langsung oleh peneliti kepada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai sumber data.

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia, 2015, hlm.128.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Menurut Burhan Bungin, populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang biasa digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi dari penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sutrisno Hadi sebagaimana yang dikutip oleh Chalid Narbuko dan Abu Achmadi menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian². Sampel yang baik yaitu sampel yang representatif atas populasi, dapat menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal tetapi meskipun sampel dapat mewakili populasi bukan merupakan duplikat populasi³. Sedangkan menurut pengertian Muhammad sampel diartikan sebagai bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci⁴.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel penelitian dengan kategori *non probability sampling*⁵. Metode dalam pengambilan sampel ini, berarti

² Chalid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015, hlm.107.

³ Ibid.

⁴ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008, hlm.162.

⁵ Abuzar Asra, Puguh Bodro Irawan, dan Agus Purwoto, *Metode Penelitian Survey*, Bogor: In Media, 2014, hlm.76.

peluang terpilihnya sampel tidak dapat diketahui. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu, sampel diambil berdasarkan tujuan tertentu sehingga tujuan tersebut bisa terpenuhi⁶.

Dalam hal ini penulis memilih objek pengamatan mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang masih aktif dan sudah pernah melakukan transaksi beli pada situs Lazada. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang yang diambil secara acak dari tiga program studi yaitu Ekonomi dan Perbankan Islam, Pendidikan Agama Islam, dan Komunikasi dan Konseling Islam.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner, kuisisioner merupakan serangkaian atau sekumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, kemudian diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti. Dalam hal ini objek responden yang akan mengisi kuisisioner adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi beli pada situs Lazada. Penentuan skor dalam pengumpulan data disini menggunakan *skala likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, ataupun persepsi seseorang atau kelompok terhadap

⁶ *Ibid* hlm.77.

sebuah fenomena sosial. Adapun alternatif skor jawaban yang ditawarkan dalam *skala likert* adalah sebagai berikut⁷:

Tabel 3.1 Skala Likert

NO	ALTERNATIF JAWABAN	SKOR
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Kurang Setuju	2
4	Tidak Setuju	1

Supaya data skor yang diperoleh dari responden konsumen bisnis *online* dapat diproses menjadi sebuah hasil penelitian, maka data tersebut dikonversikan kedalam *skala likert* dan diproses dengan pedoman rumus sebagai berikut⁸:

Tabel 3.2 Rumus Konversi Skala Likert

SKOR	RUMUS KONVERSI	KATEGORI
1	$X > M_i + 1 (S_{di})$	Tinggi
2	$M_i - S_{di} \leq X \leq M_i + 1 (S_{di})$	Sedang
3	$X \leq M_i - 1 (S_{di})$	Rendah

Sumber : Saifuddin Azwar dalam Juliana Rahmawati

⁷ Rofi'ah, *Perilaku Konsumsi Siswa-Siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta dalam Perspektif Hukum Islam*, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2008, hlm.19.

⁸ Juliana Rahmawati, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Syari'ah pada Pelaku UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. 2016, hlm.34.

X = Jumlah Skor

SDi = Standar Deviasi Ideal

= $1/6$ (skor maksimal ideal – skor minimal ideal)

Mi = Mean Ideal

= $1/2$ (skor maksimal ideal + skor minimal ideal)

E. Definisi Operasional Variabel

1. Variable Bebas

- a. Prinsip Syariah, yaitu menyangkut kaidah/prinsip dasar yang harus terpenuhi dalam melakukan kegiatan konsumsi, terdiri dari:
 - 1) Prinsip akidah, sebagai perwujudan dari keimanan, hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk beribadah dan taat serta menjalankan kewajibannya sebagai khalifah dimuka bumi.
 - 2) Prinsip ilmu, yaitu seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi harus mengetahui kehalalannya, baik secara dzat, proses, maupun tujuannya.
 - 3) Prinsip amaliah, yaitu ketika seseorang sudah memiliki akidah yang baik dan ilmu yang cukup tentang konsumsi, maka orang tersebut hanya akan mengkonsumsi barang yang dibenarkan menurut syariat Islam yaitu barang yang halal dan meninggalkan barang yang haram.
- b. Prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batasan-batasan yang telah ditetapkan dalam syariat Islam diantaranya:

- 1) Sederhana, artinya berada di tengah antara hidup menghamburkan harta dan pelit, yang ditandai dengan, tidak bermewah-mewahan, tidak bermubadzir, dan berperilaku hemat.
 - 2) Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, tidak melampaui batas pendapatannya.
 - 3) Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaannya digunakan untuk kegiatan yang sifatnya konsumtif, tetapi juga disiapkan sebagai bekal untuk kehidupan di masa yang akan datang.
- c. Prinsip prioritas, seorang konsumen muslim komitmen dalam menentukan skala prioritas terhadap urutan dalam hal kebutuhan, yaitu
- 1) *Dharuriyat* (Primer) ,
 - 2) *Hajiyat* (Sekunder), dan
 - 3) *Tahsiniyat* (Tersier).
- d. Prinsip sosial, yaitu memperhatikan lingkungan lingkungan sosial disekitarnya, sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, yang berlandaskan atas:
- 1) Kepentingan umat,
 - 2) Keteladanan
 - 3) Tidak membahayakan.
- e. Kaidah lingkungan, yaitu dalam melakukan kegiatan konsumsi hendaknya sesuai dengan kondisi lingkungan, tidak eksploitatif dan merusak terhadap lingkungan.

f. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi Islami, seperti penghamburan harta dan bermewah-mewahan dan menjamu tamu.

2. Variabel Terikat

Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu implementasi perilaku konsumsi Islami konsumen muslim bisnis *online*, dalam hal ini adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas yaitu untuk mengukur apakah data kuisisioner yang diperoleh dari responden valid atau tidak, atau dengan kata lain suatu instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang valid, apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur⁹. Untuk mengidentifikasi apakah setiap butir pertanyaan itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan melihat kolom *corrected item correlation*, kemudian untuk pengujian signifikansi dapat diketahui dengan melihat r tabel pada tingkat signifikan 0,05. Jika nilai r hitung \geq r tabel maka item pertanyaan dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item tersebut tidak valid¹⁰.

⁹ Abuzar Asra, Puguh Bodro Irawan, dan Agus Purwoto, *Metode Penelitian Survey*, Bogor: In Media, 2014, hlm.143.

¹⁰ Rahmawati, Op.Cit., hlm.37.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu pengujian instrumen yang apabila dilakukan secara berulang-ulang pada objek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama¹¹.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tujuan analisis statistik deskriptif adalah untuk mendapatkan gambaran umum tentang berbagai karakteristik dari fenomena atau populasi atau masalah yang dipunyai. Dalam teknik analisis ini biasanya disajikan berbagai angka ringkasan statistik, seperti mean, median, modus, dan standar deviasi. Selain itu juga dapat jabarkan dengan berbagai penggambaran seperti, gambar, grafik, dan diagram, seperti diagram lingkaran, diagram batang, serta *steam* dan *leaf plot*.

2. Regresi Linear Berganda

- a. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) adalah untuk menguji apakah variabel bebas secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Taraf signifikansi pengujian ini yaitu 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikan $f < 0.05$ maka hipotesis diterima. Dengan ini variabel bebas menunjukkan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat¹².

¹¹ Asra, Op.Cit.

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang, Universitas Diponegoro, 2011, hlm.465.

b. Uji T Parsial

Pengujian ini dilakukan untuk menguji tingkat pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikan 5 %¹³.

- 1) Jika nilai signifikan $< \alpha$ 0,05 maka hipotesis diterima.
- 2) Jika koefisien regresi searah dengan hipotesis

c. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas . Dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + e$$

Y : Implementasi perilaku konsumsi Islami konsumen muslim bisnis *online*

α : Konstanta

β_{1-6} : Koefisien Variabel Independen

X₁ : Prinsip syariah

X₂ : Prinsip kuantitas

X₃ : Prinsip prioritas

X₄ : Prinsip sosial

X₅ : Kaidah lingkungan

X₆ : Tidak meniru

e : Besaran nilai residu (standar eror)

¹³ *Ibid*, hlm.424.

d. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Koefisien Determinasi antara nol sampai satu. Jika nilai pada R^2 mendekati angka satu, maka berarti semakin kuatnya variabel-variabel independen menjelaskan variabel dependen.