

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Ruang Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian.⁶⁵ Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan analisis deskriptif, yakni untuk menggambarkan tentang persentase pengaruh Preferensi Konsumen dan Media Sosial terhadap permintaan produk fashion Jilbab di kalangan Generasi Z di kota Padang.

B. Populasi dan Sampel

Sugiyono mendefinisikan populasi ialah sebagai wilayah generasi yang terdiri dari subjek dan objek yang menjadi ukuran dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁶ Populasi dalam penelitian ini bisa disebut dengan keseluruhan unit yang karakteristiknya diduga. Dalam penelitian ini unit populasi yang akan dianalisis dengan karakteristik yang berdasarkan umur tergolong kedalam Generasi Z, pengguna Jilbab aktif dan berdomisili di Kota Padang.

⁶⁵ Prof. Ma'ruf Abdullah, 'Metode Penelitian Kuantitatif', *Aswaja Pressindo*, 2015.

⁶⁶ Juliasri Amin, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Kecamatan Tarumajaya', *Stie*, 1.3 (2021), pp. 41–52.

Sampel menurut Sugiyono adalah proses pengambilan sebagian dari keseluruhan jumlah dan ciri-ciri yang akan mewakili populasi. Dengan demikian sampel merupakan sebagian data dari populasi.⁶⁷ Mengacu pada pernyataan Hair, karena ukuran populasi tidak dapat diketahui secara pasti, disarankan agar ukuran sampel tidak terlalu besar untuk memudahkan analisis goodness of fit.⁶⁸

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* atau pengambilan sampel secara sengaja. Pengambilan sampel secara sengaja merupakan teknik yang berguna jika tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam dari sekelompok individu tertentu. Penggunaan rumus Hair dikarenakan jumlah populasi tidak pasti dan disarankan ukuran sampel minimum 5 hingga 10 dikali variabel indikator.⁶⁹ Berikut perhitungannya:

Jumlah sampel minimum = (Jumlah indikator + Jumlah variabel) x (5 sampai 10)

Jumlah sampel minimum = **(15 + 3) x 5 = 90 ≈ 100**

Untuk memudahkan peneliti dalam pengolahan data serta meminimalisir kemungkinan kegagalan dalam pengisian angket, jumlah sampel yang digunakan ditetapkan sebanyak 100 responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah Generasi Z berusia 15–28 tahun. Meskipun batas bawah generasi ini dimulai dari

⁶⁷ Wahyudi Wahyudi, 'Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Informasi Penjualan Tiket Konser Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs) Pada Website Motikdong.Com', *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7.4 (2022), 73.

⁶⁸ Joe F Hair Jr., 'Metode Hair Dengan Model PLS-SEM', 2020, pp. 101–10.

⁶⁹ 'Scholar J.F Hair, Jr, "Multivariate Data Analysis Joseph F. Hair Jr. William C. Black Barry J. Babin Rolph E. Anderson Seventh Edition," 2010.'.

usia 12 tahun, namun pada rentang usia 12–14 tahun responden dinilai masih sering ragu dalam menentukan pilihan, sehingga penulis menetapkan usia minimum responden mulai dari 15 tahun. Kriteria responden meliputi berdomisili di Kota Padang, mengenakan jilbab dalam kehidupan sehari-hari, serta memiliki pengalaman berbelanja jilbab dengan rentang harga tertentu.

C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memanfaatkan kuesioner yang dikenal juga sebagai angket, yaitu cara untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan dan pernyataan tersebut. Alat yang digunakan adalah kuesioner atau angket, skala, atau daftar cek.

Instrumen yang digunakan adalah skala likert. Bobot penilaian yang digunakan adalah skala 1-5, dengan penjelasan:

Tabel 3. 1 Skor Skala Likert

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

Dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk memperoleh data langsung dari lokasi penelitian, sehingga dapat diperoleh data yang relevan. Data yang didapat dapat berupa peraturan, laporan kegiatan, foto, serta berbagai jenis data lainnya.⁷⁰

D. Jenis dan sumber data

Data primer menurut Sugiono merupakan sumber data yang diberikan langsung kepada pengumpul data. Data primer ialah data yang didapat langsung dari objek yang diteliti tanpa perantara. Data primer dapat diperoleh melalui teknik wawancara, observasi maupun dokumentasi yang dikumpulkan secara langsung dari responden.⁷¹ Dalam penelitian ini, sumber data primer berasal dari perempuan yang aktif menggunakan jilbab, termasuk kelompok Generasi Z yang berdomisili di Kota Padang yang dipilih sebagai informan karena dianggap mewakili kelompok konsumen potensial dan aktif mengikuti tren fashion melalui media sosial.

Data sekunder menurut sugiyono adalah sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, melainkan diperoleh melalui pihak ketiga atau sumber yang telah ada sebelumnya.⁷² Data ini biasanya bersifat dokumentasi, catatan pribadi, arsip dinas, buku literatur serta data statistik yang telah dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekundernya didapatkan dari badan pusat statistik, buku-buku dan jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

⁷⁰ A. Muri Yusuf, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Prenadamedia Grup (Jakarta, 2014).

⁷¹ Nurjanah, 'Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah', *Jurnal Mahasiswa*, 1 (2021), p. h. 5.

⁷² Nurjanah, 'Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah'.

E. Definisi Operasional.

Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Skala
1.	Preferensi Konsumen	Selera konsumen terhadap suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi jumlah barang yang diminta. ⁷³	Harga	Ummah, Masfi	likert
			Pendapatan	Sya'fiatul,	
			Faktor budaya	'Analisis Preferensi	
			Faktor kelas sosial	Konsumen Terhadap Keputusan	
			Faktor pengaruh pribadi	Pembelian Tahu Sutra (Studi Kasus Home Industri Di	
			Faktor motivasi	Desa Ragajaya, Kecamatan	
			Faktor persepsi	Bojonggede, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat)',	
			Faktor kepercayaan	<i>Sustainability (Switzerland)</i> , 11.1 (2019) Dea Aryandhana, Surya Bintarti, and Refangi Hidayatullah, 'Pengaruh Persepsi	

⁷³ Dikky Nur Hidayat, Amin Pujiati, and Dyah Maya Nihayah, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi', 4.2 (2024), pp. 97–105.

				Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi', <i>Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa</i> , 6.02 (2021)	
2.	Pengaruh sosial media.	Media Sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan bertukar informasi, ide, pesan, dan konten multimedia seperti foto dan video	Peran influecer Tren viral di Media Sosial Engagement Rate Konten Media Sosial	Dien Savitri, Khusnul Fikriyah ' Pengaruh Influecer dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Pashmina di Indonesia (2024), Ifa Nurjanah ' Pengaruh Media Sosial, Sensitivitas Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk	Likert

3.	Permintaan Produk Fashion Jilbab	dalam komunitas virtual		Wijaya Hijab (2024),	
		Permintaan merupakan keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Quraish Shihab menyatakan bahwa penggunaan jilbab dalam Islam tidak semata-mata sebagai kewajiban religius, melainkan	1. Kualitas Jenis bahan yang dipilih 2. Respon terhadap diskon dan promo 3. Kualitas Pelayanan dalam Pembelian	Mitha Alifia Roselina, Asih Niati ' Analisis Pengaruh kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Promodi terhadap Kepuasan Konsumen' (2019) FARLY A. DOPAS, Consuslasia Korompis, Yance Tawas Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Manado, Indonesia 2020 (Pengaruh Kapasitas Produksi Dan Permintaan Terhadap Pendapatan Petani Gula Aren di Desa Tombatu 2)	likert

		juga sebagai ekspresi budaya dan identitas.			
--	--	--	--	--	--

F. Teknik Analisis Data

Dalam studi kuantitatif, metode pengolahan data yang diterapkan bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan atau memverifikasi hipotesis yang telah dibentuk. Mengingat jenis data yang bersifat kuantitatif, maka metode analisis yang dipakai memanfaatkan teknik statistik yang telah ada.⁷⁴ Model analisis data yang dipakai dalam kajian ini adalah analisis regresi linier ganda menggunakan metode ordinary least yang didukung oleh komputer yang memiliki perangkat lunak SPSS versi 25.

1. Uji validitas

Uji validitas adalah proses untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian kuantitatif, uji validitas sangat penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan variabel yang diteliti. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan Product Moment Pearson. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Uji signifikansi dilakukan dengan

⁷⁴ Prof. Ma'ruf Abdullah, 'Metode Penelitian Kuantitatif'.

membandingkan r Hitung dengan r Tabel. Jika r Hitung lebih besar dari r Tabel maka item pertanyaan dikatakan valid.⁷⁵

2. Uji Realibilitas

Uji keandalan merupakan cara untuk menilai seberapa konsisten suatu alat penelitian dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat diandalkan. Apabila sebuah alat memiliki tingkat keandalan yang tinggi, maka pengukuran yang dilakukan secara berulang akan menunjukkan hasil yang hampir serupa. Dalam penelitian ini, untuk menguji keandalan masing-masing alat, penulis menerapkan uji alpha lebih dari 0,6.⁷⁶

3. Uji Asumsi klasik

1) Uji normalitas

Uji normalitas merupakan suatu pengujian yang berfungsi untuk menguji apakah data pada variabel bebas dan variabel terikat pada persamaan regresi, menghasilkan data yang berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.⁷⁷ Model yang digunakan untuk mendeteksi normalitas dalam penelitian ini adalah uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Selain menggunakan Uji One Sample Kolmogorov Smirnov dengan hipotesis yang digunakan adalah:

⁷⁵ Nilda Miftahul Janna and Herianto, 'Artikel Statistik Yang Benar', *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021), pp. 1–12.

⁷⁶ Janna and Herianto, 'Artikel Statistik Yang Benar'.

⁷⁷ Atmira Qurnia Sari, YL Sukestiyarno, and Arief Agoestanto, 'Batasan Prasyarat Uji Normalitas Dan Uji Homogenitas Pada Model Regresi Linear', *Unnes Journal of Mathematics*, 6.2 (2017), pp. 168–77 <<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ujm>>.

Ho: Data residual berdistribusi normal

Ha: Data residual tidak berdistribusi normal

Syarat dalam uji normalitas yang digunakan untuk mengambil keputusan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov adalah:

a) Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) $> 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak. Hal ini berarti data berdistribusi normal.

b) Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan suatu pengujian yang berfungsi untuk menguji apakah pada persamaan model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel bebas. Sebaliknya jika model regresi tersebut menghasilkan variabel bebas yang saling berkorelasi, maka variabel tersebut bukan variabel ortogonal. Uji multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation faktor (VIF). Nilai Tolerance digunakan untuk mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Kriteria yang digunakan untuk mengambil keputusan sebagai berikut:

a) Jika nilai Tolerance $> 0,01$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

b) Jika nilai Tolerance $< 0,01$ dan nilai VIF > 10 maka terdapat masalah multikolinieritas.

3) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Menurut Ghazali uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian yang berfungsi untuk mendeteksi apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.⁷⁸ Dalam melakukan uji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan metode Rank Spearman. Model regresi dikatakan heteroskedastisitas apabila variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak tetap. Sebaliknya, apabila variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka model regresi tersebut dinamakan homoskedastisitas. heteroskedastisitas.

a) Jika nilai probabilitas atau signifikan $> 0,05$ maka data tidak terjadi

b) Jika nilai probabilitas atau signifikan $< 0,05$ maka data terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Regresi linear berganda

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi linear berganda dengan rumus berikut:

⁷⁸ Akhmad Sigit Adiwibowo, Oktaviana Larasati, and Putri Nurmala, 'PENGARUH FREE CASH FLOW DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET TERHADAP KEBIJAKAN DEVIDEN', 7 (2021), pp. 1–23 <<https://journal.uniku.ac.id/index.php/jrka/article/view/4400>>.

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1.X_1 + \alpha_2.X_2 + \alpha_3.X_3 + \dots + \alpha_n.X_n + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y : Permintaan Produk fashion Jilbab
 X1 : Preferensi Konsumen
 X2 : Media Sosial
 $\alpha_{1,2,3}$: koefisien
 ε : residual

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan atau dengan kata lain untuk membuktikan apakah masing-masing variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan kesimpulan atas hasil pengujian adalah apabila probability value (sig)-t lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika probability value (sig)-t lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan tidak ada pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (F)

Uji simultan atau uji F ini digunakan dalam analisis regresi untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model regresi memiliki efek simultan terhadap variabel dependen. Perlu dilakukan pengujian koefisien regresi secara bersamaan. Pengujian ini