

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan data empiris yang diperoleh di lapangan. Jenis penelitian ini dipilih karena penelitian tidak hanya melihat keterkaitan antarvariabel, tetapi juga menguji adanya pengaruh secara nyata dari prinsip-prinsip ekonomi Islam, etika bisnis Islam, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen ojek online di Kecamatan Selebar.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada pengukuran variabel penelitian dalam bentuk angka. Data yang digunakan diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan, sehingga setiap variabel dapat diukur secara objektif, sistematis, dan terstruktur. Selanjutnya, data tersebut dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis serta mengetahui besarnya pengaruh antarvariabel dalam penelitian ini.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu empat (4) bulan, terhitung sejak Januari hingga April. Rentang waktu tersebut telah memenuhi ketentuan minimal pelaksanaan penelitian skripsi serta dianggap memadai untuk melaksanakan seluruh tahapan penelitian secara sistematis dan terencana. Pelaksanaan penelitian selama empat bulan memungkinkan peneliti untuk melakukan persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan penelitian secara optimal.

Secara rinci, kegiatan penelitian yang dilakukan selama periode tersebut meliputi penyusunan dan penyempurnaan proposal penelitian, studi pendahuluan, penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data lapangan, pengolahan dan analisis data, serta penulisan hasil penelitian dan penyusunan laporan skripsi. Adapun rincian jadwal kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	Kegiatan Penelitian	April	Mei	Juni	Juli
1	Penyusunan dan seminar proposal penelitian	✓			
2	Studi pendahuluan dan observasi awal	✓	✓		
3	Penyusunan dan uji kelayakan instrumen penelitian		✓		
4	Pengumpulan data (penyebaran kuesioner)		✓	✓	
5	Pengolahan dan analisis data			✓	
6	Penyusunan hasil penelitian dan pembahasan			✓	✓
7	Penyusunan laporan akhir skripsi				✓

Dengan adanya pembagian waktu yang jelas dan terstruktur tersebut, diharapkan setiap tahapan penelitian dapat dilaksanakan secara efektif dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu, dengan fokus pada masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Selebar dan menggunakan layanan ojek online. Pemilihan Kecamatan Selebar sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan akademik yang relevan dengan permasalahan penelitian, bukan semata-mata pertimbangan teknis atau kedekatan geografis.

Secara demografis, Kecamatan Selebar merupakan salah satu kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar di Kota Bengkulu serta memiliki tingkat mobilitas masyarakat yang relatif tinggi. Kondisi ini menjadikan layanan ojek online sebagai salah satu moda transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Tingginya intensitas penggunaan layanan ojek online di Kecamatan Selebar membuka ruang terjadinya berbagai fenomena pelayanan yang beragam, termasuk permasalahan kualitas pelayanan, etika bisnis, serta kepatuhan terhadap standar operasional prosedur (SOP).

Berdasarkan observasi awal, di Kecamatan Selebar masih ditemukan keluhan masyarakat terkait praktik layanan

ojek online yang tidak sepenuhnya sesuai dengan SOP, seperti keterlambatan penjemputan, pembatalan sepihak, serta ketidaksesuaian tarif. Fenomena tersebut menunjukkan adanya permasalahan nyata yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, penerapan etika bisnis Islam, dan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang berpotensi memengaruhi loyalitas konsumen. Oleh karena itu, Kecamatan Selebar dipandang sebagai lokasi yang relevan dan representatif untuk mengkaji pengaruh prinsip-prinsip ekonomi Islam, etika bisnis Islam, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen ojek online.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Pada bagian ini dijelaskan secara rinci mengenai populasi penelitian, sampel penelitian, serta teknik yang digunakan dalam penentuan dan pengambilan sampel.

1. Populasi

Secara umum, populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek dengan kriteria tertentu yang dipilih peneliti untuk dipelajari guna menarik sebuah kesimpulan. Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas serta karakteristik spesifik yang telah ditetapkan dalam penelitian, sementara John W. Creswell memandangnya sebagai sekumpulan individu yang berbagi ciri serupa dan menjadi target utama untuk generalisasi hasil

studi. Dengan demikian, populasi berfungsi sebagai landasan bagi peneliti untuk menetapkan batasan subjek agar temuan yang didapatkan dapat merepresentasikan kelompok yang lebih luas secara akurat.

Mengacu pada definisi di atas, penelitian ini mengambil populasi dari seluruh warga yang berdomisili di wilayah Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu. Jika menilik data terkini yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bengkulu melalui laporan *Kecamatan Selebar Dalam Angka 2025*, tercatat bahwa jumlah penduduk di sana pada tahun 2024 mencapai 90.009 jiwa. Angka tersebut mencakup sebaran penduduk sebanyak 45.467 laki-laki dan 44.542 perempuan.⁷⁰

Agar hasil penelitian tetap fokus dan mencapai sasaran yang diinginkan, peneliti menetapkan batasan khusus bagi populasi yang akan diteliti. Kriteria responden dalam studi ini mencakup masyarakat yang menetap di Kecamatan Selebar dan memiliki pengalaman menggunakan jasa ojek online. Selain itu, untuk menjamin relevansi data terhadap variabel yang diukur, responden diwajibkan setidaknya telah menggunakan layanan tersebut minimal tiga kali dalam durasi satu bulan terakhir. Langkah penyaringan

⁷⁰ Badan Pusat Statistik Kota Bengkulu, *Kecamatan Selebar Dalam Angka 2025* (Bengkulu: BPS Kota Bengkulu, 2025), <https://bengkulukota.bps.go.id/id/publication/2025/09/26/6272ed707555370578019f00/kecamatan-selebar-dalam-angka-2025.html>

ini sengaja dilakukan agar subjek penelitian benar-benar memahami layanan yang menjadi objek kajian utama.

2. Sampel

Dalam sebuah riset, sampel dipahami sebagai bagian kecil yang diambil dari total populasi untuk merepresentasikan seluruh karakteristik yang ada di dalamnya. Sejalan dengan definisi yang dikemukakan oleh Sugiyono, sampel merupakan kelompok dari populasi yang sengaja dipilih untuk menjadi subjek penelitian dengan harapan hasil temuannya dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai keseluruhan populasi. Dengan demikian, kualitas data yang diperoleh sangat bergantung pada sejauh mana sampel tersebut mampu menjadi cerminan nyata dari kelompok besar yang sedang dikaji.

Untuk menentukan besaran sampel yang representatif, penelitian ini mengacu pada formula Slovin. Penggunaan rumus ini sangat tepat ketika jumlah populasi sudah diketahui secara pasti dan peneliti ingin menetapkan batas toleransi kesalahan tertentu dalam penarikan kesimpulan. Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Total populasi

e = Persentase batas kesalahan (margin of error)

Dalam studi ini, data yang digunakan adalah:

Jumlah Populasi (N) = 90.009 jiwa

Tingkat Kesalahan (e) = 10% atau 0,1

Berdasarkan data tersebut, proses penghitungan jumlah sampel dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

$$n = \frac{90.009}{1 + 90.009(0,1)^2}$$

$$n = \frac{90.009}{1 + 90.009(0,01)}$$

$$n = \frac{90.009}{1 + 900,09}$$

$$n = \frac{90.009}{901,09}$$

$$n \approx 99,88$$

$$n \approx 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh angka sebesar 99,88 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Pembulatan ini dilakukan untuk memudahkan proses distribusi kuesioner serta memastikan keterwakilan data dalam analisis statistik nantinya.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menerapkan pendekatan *non-probability sampling* dalam menentukan sampelnya. Lewat metode ini, tidak semua anggota populasi diberikan kesempatan atau peluang yang setara untuk terpilih menjadi

bagian dari sampel. Pemilihan teknik tersebut didasari oleh kebutuhan peneliti untuk menyaring subjek secara spesifik; sebab, tidak setiap individu dalam populasi luas memenuhi kriteria atau karakteristik yang dibutuhkan untuk menjawab tujuan penelitian ini secara akurat.

Penentuan sampel dalam studi ini dilakukan melalui metode *purposive sampling*. Secara teknis, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyeleksi responden berdasarkan kriteria atau pertimbangan spesifik yang dianggap paling relevan dengan fokus kajian. Sejalan dengan pandangan Sugiyono, teknik ini memang sengaja digunakan agar sampel yang diambil benar-benar sesuai dengan kebutuhan data, sehingga hasil penelitian nantinya memiliki akurasi yang lebih tajam dan tepat sasaran.

Pemilihan teknik *purposive sampling* dalam studi ini bukanlah tanpa alasan. Peneliti memandang perlunya keterlibatan responden yang memiliki pengalaman nyata dalam memanfaatkan jasa ojek online agar data yang diperoleh benar-benar valid. Dengan pengalaman tersebut, responden diharapkan mampu memberikan penilaian yang objektif dan mendalam terhadap variabel-variabel utama penelitian, yaitu penerapan prinsip ekonomi Islam, etika bisnis syariah, hingga kualitas pelayanan yang mereka rasakan. Oleh karena itu, ditetapkanlah kriteria sampel yang mencakup: warga yang menetap di Kecamatan Selebar,

memiliki riwayat penggunaan ojek online, serta aktif menggunakan layanan tersebut sekurang-kurangnya tiga kali dalam kurun waktu satu bulan terakhir.

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Pengumpulan data disesuaikan dengan tujuan penelitian dan pendekatan kuantitatif yang digunakan.

1. Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden, yaitu masyarakat Kecamatan Selebar yang menjadi sampel penelitian. Data primer yang dikumpulkan berupa jawaban responden terhadap kuesioner (angket) yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Data ini mencakup persepsi, penilaian, dan pengalaman responden terkait variabel-variabel yang diteliti. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada seluruh responden yang berjumlah 100 orang.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data utama adalah melalui kuesioner (angket). Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

responden agar dijawab berdasarkan situasi dan pengalaman pribadi mereka.

Menurut Sugiyono, kuesioner menjadi teknik pengumpulan data yang efektif bila peneliti sudah memahami secara jelas variabel-variabel yang akan diukur. Kuesioner pada penelitian ini dibuat berdasarkan indikator masing-masing variabel, yakni prinsip ekonomi Islam, etika bisnis Islam, kualitas pelayanan, serta loyalitas konsumen. Tiap butir pernyataan dirancang guna mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian secara terstruktur dan sistematis.

Pengukuran jawaban responden menggunakan **skala Likert**, yang terdiri dari lima kategori, yaitu:

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

Penerapan skala Likert dimaksudkan untuk mempermudah kuantifikasi data agar dapat dianalisis melalui pendekatan statistik. Di samping itu, sebelum diterapkan, kuesioner akan diuji validitas dan reliabilitasnya guna memastikan instrumen tersebut benar-benar dapat mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten.

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan karakteristik, atribut, atau aspek yang terdapat pada individu, objek, maupun aktivitas yang memiliki perbedaan atau variasi tertentu. Variabel tersebut ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan dianalisis guna memperoleh informasi yang relevan sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan penelitian. Variasi pada variabel menunjukkan adanya perbedaan nilai atau karakteristik yang membedakan satu objek dengan objek lainnya.

Berdasarkan sifat hubungan antar variabelnya, variabel penelitian dibedakan menjadi dua yaitu:

a. *Variabel Independen* (Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi perubahannya atau timbulnya *variabel dependent* (terikat).⁷¹ Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variabel*) adalah Prinsip-Prinsip Ekonomi islam (X1), Etika Bisnis Islam (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3).

⁷¹ Syurifto Prawira, "Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Upah Minimum Provinsi, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pengangguran Terbuka Di Indonesia," *jurnal Ecogen*, 1.1 (2018), 162–68.

b. *Variabel Dependen* (Terikat)

Variabel terikat (*dependent variabel*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas dengan masalah yang akan diteliti. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) adalah Loyalitas Konsumen (Y)

2. Definisi Operasional

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Dasar pernyataan	Item pertanyaan
Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam (X1): Prinsip ekonomi Islam merupakan nilai dasar yang mengatur aktivitas ekonomi berdasarkan syariat Islam yang menekankan keadilan, kemaslahatan, amanah, keseimbangan, dan terhindar dari praktik yang merugikan pihak	1.Keadilan 2. Kejujuran 3.Amanah 4.Keseimbangan (Tawazun) 5.Tidak merugikann	1.Tarif sesuai layanan 2.Perlakuan adil 3.informasi biaya jelas 4.layanan sesuai janji 5.keseimbangan hak pelanggan dan pengemudi 6.tidak merugikan konsumen.	X1.1- X1.6

lain (Tasriani & Hanif, 2025)			
Etika Bisnis Islam (X2): Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral yang berlandaskan ajaran Islam yang mengarahkan pelaku usaha untuk bersikap jujur, bertanggung jawab, adil, dan peduli terhadap konsumen (Purwandari, 2025)	1.Kejujuran 2.Tanggung jawab 3.Transparansi 4. Pelayanan yang baik 5. Mengutamakan kepentingan konsumen	1.Pengemudi jujur dalam memberikan informasi 2.bertanggung jawab terhadap keselamatan pelanggan 3.menjelaskan biaya tambahan 4.bersikap sopan dan ramah 5.memberikan kenyamanan kepada pelanggan	X2.1- X.5
Kualitas Pelayanan (X3): Kualitas pelayanan adalah kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen melalui pelayanan yang andal, responsif,	1.Tangibles 2.Reliability 3.Responsiveness 4.Assurance 5. Empathy	1.Kondisi kendaraan 2.ketepatan lokasi penjemputan 3.kecepatan merespons pesanan	X3.1- X3.5

memberikan jaminan, menunjukkan empati, serta didukung bukti fisik yang memadai (Budiyanto, 2025)		4.memberikan rasa percaya kepada pelanggan 5.kesabaran dalam melayani pelanggan.	
Loyalitas Konsumen (Y): Loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan untuk menggunakan kembali suatu layanan, merekomendasikannya kepada orang lain, dan tetap memilih layanan tersebut dalam jangka panjang (Afiffudin, 2025)	1.Pembelian ulang 2.Rekomen dari 3.Komitmen menggunakan layanan	Berniat menggunakan kembali, merekomendasikannya kepada orang lain, menyarankan kepada keluarga atau teman, tetap menggunakan meskipun ada alternatif lain, tetap menjadi pelanggan karena puas.	Y1-Y5

(Sumber : Diolah Oleh Peneliti Tasriani Dan Hanif (2025),
Purwandani (2025), Budiyanto (2025), Afiffudin (2025))

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk mengolah dan menafsirkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, sehingga dapat menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan pendekatan statistik. Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics. Penggunaan aplikasi SPSS bertujuan untuk mempermudah proses pengolahan data sehingga hasil analisis dapat dilakukan secara lebih cepat, sistematis, dan akurat. SPSS digunakan karena sesuai untuk penelitian yang bertujuan menguji pengaruh variabel independen, yaitu prinsip-prinsip ekonomi Islam, etika bisnis Islam, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen ojek online di Kecamatan Selebar.

Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

1. Editing, Coding, dan Tabulasi Data

Data yang diperoleh dari kuesioner terlebih dahulu dilakukan proses editing, yaitu pemeriksaan kelengkapan dan kejelasan jawaban responden. Selanjutnya dilakukan coding, yaitu pemberian kode terhadap setiap jawaban responden untuk memudahkan proses pengolahan data.

Tahap berikutnya adalah tabulasi data, yaitu penyusunan data ke dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dan mudah dianalisis.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan memberikan gambaran umum mengenai variabel penelitian, yaitu prinsip-prinsip ekonomi Islam, etika bisnis Islam, kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen. Analisis ini meliputi nilai rata-rata (*mean*), persentase, dan distribusi frekuensi jawaban responden.

3. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, data hasil kuesioner diuji kualitasnya melalui:

- 1) Uji validitas, untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.
- 2) Uji reliabilitas, untuk mengetahui konsistensi dan keandalan instrumen penelitian.

Instrumen dinyatakan layak digunakan apabila memenuhi kriteria valid dan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat analisis statistik inferensial, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi:

- 1) Uji normalitas, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal.
- 2) Uji multikolinearitas, untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen.
- 3) Uji heteroskedastisitas, untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varians residual.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh prinsip-prinsip ekonomi Islam, etika bisnis Islam, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen ojek online di Kecamatan Selebar, baik secara parsial maupun simultan. Model ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen.

6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan:

- 1) Uji t , untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
- 2) Uji F , untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
- 3) Koefisien determinasi (R^2), untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

7. Penafsiran dan Penarikan Kesimpulan

Hasil analisis data selanjutnya ditafsirkan dengan mengaitkan temuan empiris dengan teori dan konsep yang relevan. Dari hasil tersebut kemudian ditarik kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

