

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan aktivitas mencari, memeriksa dan mengamati kembali suatu keadaan secara lebih teliti. Sedangkan metode adalah cara atau strategi dalam melakukan suatu aktivitas, atau bisa disebut sebagai pengetahuan mengenai jalan untuk melaksanakan sesuatu. Dalam penelitian terdapat beberapa jenisnya bisa dilihat dari esensinya ataupun berdasarkan bidangnya, tempat dilaksanakan, tujuan umumnya, taraf penyelesaian masalah, proses berlangsungnya prosedur penelitian, jenis aktivitas yang dilakukan, pemakaian hipotesisnya, jenis masalah maupun sifat analisa antar variabelnya.⁷²

Berdasarkan tempat dilaksanakannya penelitian, maka peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan. Pengertian dari penelitian lapangan yaitu, suatu penelitian yang dilakukan secara terjun langsung di lapangan atau tempat kerja agar dapat mengetahui kancah kehidupan yang sebenarnya dari objek yang diteliti.⁷³

Peneliti menggunakan metode kuantitatif selama proses penelitian. Metode tersebut berkaitan dengan angka yang selanjutnya dilakukan dengan menggunakan data statistik untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan atau hipotesis guna mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya.⁷⁴

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan semua atau keseluruhan unsur-unsur yang ada didalam wilayah suatu penelitian.⁷⁵ Jika dilihat dari ukuran populasi, maka populasi dibedakan menjadi dua jenis yaitu populasi terbatas (terhingga) dan populasi tak terbatas (tak terhingga).⁷⁶ Kali ini peneliti menggunakan populasi terbatas karena jumlah populasi sudah diketahui pasti jumlah nasabah.

⁷² Wachyu Hidayat Riyanto dan Ahmad Mohyi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 12-20.

⁷³ Wachyu Hidayat Riyanto dan Ahmad Mohyi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, 18.

⁷⁴ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Stain Kudus, 2009), 7.

⁷⁵ Azuar Juliandi, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Press, 2014), 51

⁷⁶ Boediyono dan Wahyu Koster, *Teori Dan Aplikasi Statistika Dan Probabilitas*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 363

Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah BMT Al-Hikmah Purwodadi yang telah bergabung dari tahun 2019 sampai tahun 2022 dengan jumlah total 856 nasabah.

2. Sampel

Sampel merupakan kumpulan beberapa perwakilan dari populasi.⁷⁷ Ada juga yang mendefinisikan kalau sampel itu adalah sebagai dari jumlah populasi yang mengambil wakil dari kelompok yang lebih besar dan wakil ini dijadikan sebagai acuan untuk membuat suatu keputusan tentang kelompok besar tersebut.⁷⁸ Wakil dari populasi tersebut harus yang *representative* atau benar-benar yang dapat mewakili.

Bentuk pengambilan sampel yang digunakan peneliti yaitu *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan bentuk pengambilan sebuah sampel yang dilakukan untuk elemen populasinya yaitu tidak semua anggota populasi berpeluang menjadi sampel.⁷⁹ Sedangkan jenis *nonprobability sampling* yang dilakukan peneliti yaitu memakai cara *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu mengambil sampel dari semua populasi didasari dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu, baik itu pertimbangan ilmiah ataupun pertimbangan ahli. Dalam teknik ini terdapat persyaratan ketat dan berhati-hati dalam memilih sampel supaya didapatkan sampel yang sesuai dengan analisis peneliti.⁸⁰ Kriteria sampel yang dipilih peneliti yaitu nasabah BMT A-Hikmah Semesta Cabang Purwodadi 1.

Pada pengambilan atau penentuan jumlah sampel terdapat banyak cara atau rumus. Peneliti memilih menggunakan rumus yang dikembangkan Taro Yamane pada tahun 1973. Rumus tersebut dikenal dengan formula Solvin. Rumusnya yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N_e^2} \text{ atau } n = N / (1 + (e)^2)$$

Keterangan:

N = Populasi sejumlah 856 orang

e = Error margin atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi sebesar 10%

⁷⁷ Azuar, *Metodologi Penelitian*, 52

⁷⁸ Gabriel Silalahi, *Metode Penelitian Studi Kasus*, (Sidoarjo: CV Citra Media, 2003), 27.

⁷⁹ Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 52.

⁸⁰ Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 58.

$n =$ Jumlah sampel.⁸¹

Dalam penelitian ini diketahui populasinya sebesar 856 orang. Berdasarkan rumus Solvin di atas maka sejumlah sampel dapat diketahui sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= N / (1 + (N(e)^2)) \\ &= 856 / (1 + (856 (0,10)^2)) \\ &= 856 / (1 + (856 \times 0,01)) \\ &= 856 / (1 + 8,56) \\ &= 856 / 9,6 \\ &= 89,2 \end{aligned}$$

Berdasarkan hitungan diatas, maka sampel penelitian dengan tingkat toleransi kesalahan 10% sebesar 89,2 dan peneliti membulatkannya menjadi 89 responden.

C. Identifikasi Variabel

Variabel merupakan karakter, sifat, simbol, ciri ataupun lambang yang dapat dipelajari dan dapat dibedakan serta memiliki variasi nilai.⁸² Jadi segala sesuatu yang di dalamnya terdapat perbedaan nilai maka bisa dijadikan sebagai variabel penelitian. Peneliti menggunakan lebih dari satu variabel diantaranya variabel bebas tiga dan variabel tetap ada satu. Variabel dapat dibedakan menjadi berbagai bentuk, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang dapat berpengaruh terhadap variabel yang lain yang dinamakan variabel terikat. Variabel inilah yang menjadikan alasan terjadi suatu perubahan nilai pada variabel terikat. Peneliti memilih tiga variabel bebas yaitu lokasi (X1), produk (X2), dan promosi (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan kebalikan dari variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi. Variabel terikat biasanya menjadi perhatian utama oleh peneliti karena variabel tersebut bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang dinamakan variabel bebas.⁸³ Peneliti menggunakan satu variabel terikat keputusan menjadi nasabah (Y).

⁸¹ Etta Mamang Sangadti dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2003), 143.

⁸² Azuar Juliandi, dkk., *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, (Medan: Media Inn, 2013), 24.

⁸³ Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 22.

D. Variabel Operasional

Variabel operasional yang dimaksud bukan pengertian teoritis seperti yang disajikan pada bab II (pembahasan teori). Tetapi operasional variabel menjelaskan operasional dari tiap-tiap variabel. Operasional ini bisa berupa pengujian ataupun pengukuran melalui tolak ukur, indikator ataupun alat uji untuk bisa menentukan kuantitas ataupun kualitas suatu variabel.⁸⁴ Definisi variabel operasional pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Referensi
Lokasi (X1)	Lokasi adalah suatu tempat perusahaan memproduksi barang dan jasa atau tempat perusahaan beroperasi dengan mementingkan nilai ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Parkir luas 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Kompetisi 	Tjiptono, Fandy, "Strategi Pemasaran edisi kedua" (Yogyakarta: Andi, 2004).
Produk (X2)	tingkat mengunggulkan yang diharapkan dan suatu pengendalian dari keunggulan guna mencukupi keinginan para pelanggan. Dengan maksud lain ada dua faktor utama yaitu jasa yang diinginkan dan jasa yang dipersepsikan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Fitur produk 3. Gaya dan desain produk 4. Branding atau merek 5. Pengemasan atau kemasan 6. Label 	Philip Kotler dan Gery Amstrong, "Prinsip-Prinsip Pemasaran terj. Arum" (Jakarta: Erlangga, 2008).
Promosi (X3)	sebuah kegiatan memasarkan dan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Advertising (Periklanan) 	Philip Kotler dan Gary

⁸⁴ Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 113.

	menawarkan produk kepada konsumen yang bertujuan mendorong permintaan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 2. Sales promotion (Promosi Penjualan) 3. Personal Selling (Penjualan dari orang ke orang) 4. Public Relation and Publicity (Hubungan Masyarakat dan Publisitas) 5. Direct Marketing (Pemasaran Langsung) 	Amstrong, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta: PT. Indeks, 2000)
Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan merupakan Sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, membuat keputusan pembelian dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Keputusan Pembelian 4. Evaluasi Alternatif 5. Perilaku Pasca Pembelian 	Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran Edisi Millenium, Jilid 2", (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Kuesioner (Angket)

Metode kuesioner (angket) merupakan cara penelitian dimana peneliti membuat daftar pertanyaan yang nantinya akan sebarakan kepada responden untuk dapat mengetahui persepsi dari para responden mengenai variabel yang diangkat peneliti. Di dalam metode kuesioner dapat dibagi menjadi dua yaitu angket secara terbuka dan angket secara tertutup. Angket

terbuka merupakan pertanyaan yang didalamnya tidak terdapat pilihan jawaban sehingga responden diberi pertanyaan untuk menjawab dengan bebas. Sedangkan angket tertutup adalah peneliti memberikan beberapa pilihan jawaban didalam pertanyaan dan responden hanya bisa memilih jawaban yang sudah disediakan.⁸⁵ Disini peneliti menggunakan angket tertutup dimana peneliti sudah menyiapkan pilihan sehingga responden tinggal memilih salah satu jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

Peneliti menggunakan instrument penelitian skala likert sebagai pengukuran data. Skala likert dapat digunakan peneliti untuk mengetahui persepsi atau pendapat masyarakat mengenai fenomena sosial yang ada. Fenomena sosial ini sudah disiapkan atau ditentukan peneliti dimana nantinya dapat dikatakan sebagai variabel penelitian menggunakan skala likert. Variabel yang diukur ini dapat diubah menjadi indikator variabel yang nantinya akan digunakan sebagai Langkah pertama penyusunan pertanyaan ataupun pernyataan oleh peneliti.

Skala likert ini, maka pilihan jawaban yang disediakan peneliti berupa pilihan jawaban mulai sangat positif sampai sangat negative. Jawaban tersebut diantaranya:

- a. Sangat setuju diberi poin 5
- b. Setuju diberi poin 4
- c. Netral diberi poin 3
- d. Tidak setuju diberi poin 2
- e. Sangat tidak setuju diberi poin 1

Skala likert ini bisa disajikan dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan dan juga dalam bentuk pilihan ganda atau biasa disebut tabel ceklis.⁸⁶ Dari penjelasan tersebut sudah jelas bahwa peneliti menggunakan data primer sebagai sumbernya. Data primer adalah data yang didapat langsung dari sumbernya dan peneliti sebagai orang pertama yang mengumpulkan data-data tersebut. Disini peneliti memilih kuesioner sebagai instrument untuk mengumpulkan data⁸⁷

⁸⁵ Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 69.

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 132-133.

⁸⁷ Sirilius Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 28.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Dalam menguji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan reliabilitas peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 orang non-responden yang meliputi teman, saudara, dan tetangga. Penulis menggunakan program SPSS 26 untuk membantu proses ini.

a. Uji Validitas Instrumen

Nama lain dari validitas yaitu tepat, benar, shohih dan tidak melenceng. Peneliti menguji validitas sama saja untuk menguji tingkat kebenaran dan ketepatan suatu instrumen sebagai alat untuk mengukur suatu variabel penelitian. Jika hasil dari instrumennya valid maka hasil pengukuran mempunyai kemungkinan yang valid juga. Peneliti merancang sendiri instrumen (alat ukur) dengan menyusun beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan pendapat responden. Item pertanyaan disusun dengan merujuk dari teori sebelumnya sehingga bisa memberikan hasil instrumen yang tepat dan juga rasional. Selanjutnya peneliti menyebarkan instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan tersebut kepada responden untuk dijawab. Setelah responden selesai menjawab maka instrumen bisa dikembalikan lagi kepada peneliti untuk diuji kevalidannya.⁸⁸ Suatu kuesioner bisa dikatakan valid apabila korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan dikatakan kurang valid jika korelasi $r_{hitung} < r_{tabel}$.

b. Uji Reabilitas Instrumen

Nama lain dari reliabilitas adalah terpercaya, handal dan stabil. Peneliti menguji reliabilitas karena penguji ingin mengetahui instrumen penelitiannya termasuk dapat dipercaya atau tidak. Jika instrumen dari variabel penelitian itu handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga bisa mempunyai tingkat kehandalan atau tingkat kepercayaan yang tinggi pula.⁸⁹ Suatu tes bisa dianggap reliabel jika mempunyai tingkat konsistensi yang baik. konsistensi yang baik maksudnya hasil dari tes tersebut selalu ajeg walaupun dengan situasi yang berbeda. Jadi harus memiliki tingkat kejelasan dan tingkat kematapan. Dalam penelitian kuantitatif penilaian

⁸⁸ Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 77.

⁸⁹ Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 80.

reliabilitas menganut pada standarisasi alat ukur yang dipakai.⁹⁰ Apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka variabel bisa dikatakan reliabel, dan jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ maka variabel tidak reliabel.⁹¹

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk dapat mengetahui normal tidaknya distribusi yang terdapat di dalam model regresi, variabel bebas dan terikatnya. Dasar untuk pengambilan keputusannya yaitu jika nilai $L_{hitung} > L_{tabel}$ maka H_0 tidak diterima atau ditolak, sedangkan jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka H_0 diterima.⁹²

Untuk bisa menentukan normal atau tidak, maka bisa dilihat dari probabilitasnya. Dikatakan normal apabila nilai dari kolmogrov smirnov tidak signifikan (Asymp. Sg (2-tailed) $> \alpha 0,05$).⁹³ Hasil penelitian yang baik yaitu setelah diuji normalitasnya mendapat hasil normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai untuk melakukan pengujian apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang kuat atau tidak pada variabel bebas (variabel independen). Untuk menilainya dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflasi Factor*).⁹⁴ Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas jika nilai *tolerance* adalah $\geq 0,1$ dan nilai VIF adalah ≤ 10 .⁹⁵ Hasil penelitian yang baik yaitu jika setelah diuji multikolinearitasnya maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk melakukan pengujian apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari suatu pengamatan yang lainnya. Jika residual varians dari pengamatan ke

⁹⁰ Nurlina, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial* (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 91.

⁹¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS, 23)*, 47.

⁹² Murwani, *Statistik Inferensial Terapan Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Malang: UIN Malang, 2001), 20.

⁹³ Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 161.

⁹⁴ Hines dan Montgomery, *Probabilitas Dan Statistik dalam Ilmu Rekayasa dan Manajemen* (Jakarta: UI Pers, 1990), 701.

⁹⁵ Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 161.

pengamatan lain nilainya tetap maka disebut homokedastisitas atau tidak heterokedastisitas. Tetapi jika residual varians dari pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya nilainya berbeda maka disebut heterokedastisitas. Hasil yang baik yaitu jika tidak mengalami heteroskedastisitas.⁹⁶

Untuk mengetahui apakah terjadi gejala heteroskedastisitas atau tidak, maka dengan melihat pola atau titik-titik yang ada. Jika titik-titiknya membentuk pola yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika pola titik-titiknya tidak teratur atau menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak mengalami heteroskedastisitas.⁹⁷

Dalam uji ini digunakan uji glejser untuk memastikannya. Dengan uji Glejser, dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05.

3. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis hubungan linear antara variabel independent dengan variabel dependen. Jadi analisis ini bertujuan untuk memprediksi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, apakah masing-masing dari variabel bebas mempunyai korelasi yang positif atau negatif.⁹⁸ dalam analisis regresi linear berganda dapat menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : keputusan nasabah

a : konstanta

b₁ : koefisien regresi lokasi

b₂ : koefisien regresi produk

b₃ : koefisien regresi promosi

X₁ : lokasi

X₂ : produk

X₃ : promosi

⁹⁶ Arief dan Sritua, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Universitas Indonesia, 1993), 217.

⁹⁷ Santoso dan Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2000), 29.

⁹⁸ Dwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2022), 761.

e: standar eror

sebenarnya bisa menggunakan nilai statistik t, nilai statistik F dan nilai koefisien determinasi untuk melihat keakuratan fungsi regresi sampel dan mengestimasi nilai.⁹⁹

b. Uji t (Uji Parsial)

Dalam uji t ini bertujuan untuk melakukan pengujian apakah variabel bebas (X1, X2, X3) secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Hasil t dapat dilihat dari *output coefficients* pada analisis regresi linear berganda.¹⁰⁰ Jadi peneliti akan menguji apakah variabel (X1) lokasi, (X2) kualitas produk, (X3) dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variable keputusan nasabah atau tidak. Dalam melaksanakan uji t dapat memakai rumus hipotesis, yaitu sebagai berikut:

1) Hipotesis 1

Ho: tidak ada pengaruh antara lokasi terhadap keputusan nasabah

H1: ada pengaruh antara lokasi terhadap keputusan nasabah

2) Hipotesis 2

Ho: tidak ada pengaruh antara produk terhadap keputusan nasabah

H1: ada pengaruh antara produk terhadap keputusan nasabah

3) Hipotesis 3

Ho: tidak ada pengaruh antara promosi terhadap keputusan nasabah

H1: ada pengaruh antara promosi terhadap keputusan nasabah

Kesimpulannya sebagai berikut:

1) Menggunakan taraf signifikan 0,05

➤ Jika Sig > 0,05 berarti Ho diterima dan Ha ditolak

➤ Jika Sig < 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima

⁹⁹ V. Wiratma, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 160.

¹⁰⁰ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 66.

- 2) Menggunakan t hitung dan t tabel
 - Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima
 - Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.¹⁰¹

c. Uji Determinasi

Analisis determinasi yang dilakukan peneliti untuk menguji prosentasi sumbangan berapa besar variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) mempengaruhi variabel terikat (Y). Koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Jika R^2 sama dengan nol artinya tidak terdapat prosentasi sumbangan yang diberikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan jika R^2 sama dengan satu artinya sempurna antara prosentasi sumbangan yang diberikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat memiliki kemampuan 100% dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Hasil analisisnya bisa dilihat pada hasil analisis regresi linear berganda Model Summary.¹⁰²

¹⁰¹ V. Wiratma, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 161-162.

¹⁰² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 68.