

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Tujuan penelitian studi kasus atau lapangan adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terahir dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.<sup>1</sup> Lokasi penelitian ini adalah agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif menunjukkan jumlah atau banyaknya sesuatu.<sup>2</sup> Proses penelitian kuantitatif bersifat deduktif dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis.<sup>3</sup> Hal ini, bertujuan untuk memperoleh fakta-fakta yang ada serta mencari keterangan aktual yang dapat mendukung penelitian ini, dalam mengidentifikasi pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink.

Penelitian kuantitatif pada hakikatnya adalah menekankan analisis pada data numerical yang diolah dengan metode statistik.<sup>4</sup> Dan dalam penelitian yang akan diamati adalah pengaruh kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap minat bertransaksi di Agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus.

---

<sup>1</sup>Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 8.

<sup>2</sup>Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2002, hlm. 117.

<sup>3</sup>*Ibid.*, hlm. 10.

<sup>4</sup>Saifudin Azwar, *Op. Cit*, hlm. 5.

### C. Jenis Dan Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian kuantitatif meliputi sumber data primer ( yang langsung memberikan data kepada pengumpul data). Sumber data primer yang penulis himpun selama penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesinor kepada masyarakat yang bertransaksi di agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo kudas yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di Agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus.

### D. Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya berupa jumlah keseluruhan nasabah yang bertransaksi di agen BRILink sinar mas gulang kecamatan mejobo kudas yaitu sebanyak 841 nasabah.<sup>5</sup>

Sampel adalah bagian kecil dari suatu populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap dapat mewakili dari keseluruhan populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus slovin, yaitu :<sup>6</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :    n    = jumlah sampel  
               N    = ukuran sampel  
               e    = *standard error*

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2005, hlm. 72.

<sup>6</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Andi Offset, Yogyakarta, 2006, hlm. 111.

sehingga jumlah sampel yang diambil yaitu :

$$n = \frac{841}{1 + 841.0,1^2}$$

$$n = 89,373$$

$$n = 90 \text{ orang}$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pemilihan responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu.<sup>7</sup> Adapun pertimbangan-pertimbangan yang diambil dalam peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah kategori remaja dewasa dengan batasan usia 20-45 tahun.
2. Responden yang diambil adalah nasabah yang bertransaksi di agen BRILink baik nasabah BRI ataupun Bank lain.

#### E. Definisi operasional

**Tabel 3.1**

**Definisi operasional**

<b>Kepuasan Masyarakat (X<sub>1</sub>)</b>			
<b>Def. operasional</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja	<i>Atribut related to the product</i>	1) Kesesuaian kualitas mesin edc BRILink dengan transaksi yang dibayarkan. 2) Pelayanan yang cepat selama transaksi. 3) Kesesuaian antara manfaat yang diperoleh dari layanan agen BRILink dengan yang diharapkan. 4) Agen BRILink memberikan promo	Likert

<sup>7</sup>*Ibid*, hlm. 125.

<p>suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>8</sup></p>		<p>yang berbeda dari yang lain.</p> <p>5) Kesesuaian dengan tempat layanan agen BRILink dengan yang di harapkan.</p> <p>6) Dengan bertransaksi BRILink dapat mempermudah bertransaksi, menghemat waktu dan biaya.</p> <p>7) Keragaman produk yang ditawarkan sesuai yang diharapkan.</p>	
	<p><i>Atribut related to service</i></p>	<p>1) Agen BRILink menerima keluhan dan kritik dari konsumen.</p> <p>2) Agen BRILink dapat memenuhi permintaan dalam bertransaksi dengan tepat waktu.</p> <p>3) Agen BRILink berempati dalam menghadapi keluhan konsumen.</p> <p>4) Keluhan konsumen dapat diatasi dengan baik oleh agen BRILink.</p>	
	<p><i>Atribut related to purchase</i></p>	<p>1) Agen BRILink melayani pelanggan dengan sikap ramah.</p> <p>2) Kejelasan Agen BRILink dalam menyampaikan informasi.</p> <p>3) Prosedur untuk bertransaksi di agen BRILink mudah dan praktis.</p> <p>4) Reputasi agen BRILink sebagai agen BRI sangat baik.</p> <p>5) Kemudahan untuk mendapatkan layanan di agen BRILink sesuai yang diharapkan.<sup>9</sup></p>	

<sup>8</sup>Sunarto, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta, 2003, hlm. 25.

<b>Kepercayaan Masyarakat (X2)</b>			
<b>Def. operasional</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen yaitu mengenai suatu obyek, atribut dan manfaatnya. <sup>10</sup>	<i>Trusting belief</i>	1) Percaya karyawan agen BRILink bersedia melayani permintaan anda. 2) Percaya karyawan agen BRILink bersikap jujur. 3) Percaya karyawan agen BRILink mampu memenuhi kebutuhan dalam bertransaksi.	Likert
	<i>Trusting intention</i>	1) Bersedia menerima resiko yang mungkin terjadi. 2) Bersedia menerima saran atau permintaan dari penjual. <sup>11</sup>	
<b>Minat Bertransaksi (Y)</b>			
<b>Def. operasional</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Minat beli adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	1) Berniat untuk membeli produk agen BRILink dalam jangka waktu dekat ini. 2) Berniat mereferensikan produk BRILink kepada orang lain. 3) Tetap bertransaksi di agen BRILink di kemudian hari. 4) Selalu mencari informasi mengenai produk dan promo	Likert

<sup>9</sup> Jenifer Adji Dan Hatane Samuel, Pengaruh *Satisfactin* Dan *Trust* Terhadap Minat Beli Konsumen (*Purchase Intention*) Di Strurbucks The Square, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Universitas Kristen Petra, 2014, hal. 4-6.

<sup>10</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran, Ghalia Indonesia*, Jakarta, 2003, hlm. 136.

<sup>11</sup> Jenifer Adji Dan Hatane Samuel, *Op. Cit.*, hlm. 6.

sendiri dengan beberapa tindakan. <sup>12</sup>		layanan BRILink. <sup>13</sup>	
---	--	--------------------------------	--

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah *questionnaire* yaitu daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka.<sup>14</sup> Penyebaran angket diberikan kepada masyarakat yang bertransaksi di agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo.

Dalam metode angket didesain dengan menggunakan angket dengan pertanyaan mengenai identitas pengusaha dan pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap minat bertransaksi di agen BRILink studi kasus di agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo. Angket didesain dengan pertanyaan yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, agama/kepercayaan dan pendapatan responden. Angket didesain dengan beberapa pertanyaan yang berkenaan dengan pengaruh kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap minat bertransaksi studi kasus di agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus sesuai dengan jumlah indikator masing-masing variabel. Angket disusun pada skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm. 5.

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm. 6.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.* Hlm. 135.

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 86.

## G. Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Di mana untuk mencapai tujuan pertama yang sesuai dengan permasalahan. Dengan urutan analisis data dilakukan sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas Instrumen

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.<sup>16</sup> Validitas merupakan sifat yang menunjukkan adanya kemampuan suatu instrumen atau alat ukur untuk dapat mengungkapkan suatu yang menjadi pokok sasaran penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, dimana validitas data diukur dengan menggunakan r hasil dengan r tabel (*r product moment*) :

- a.  $r \text{ hasil} > r \text{ tabel}$ , data valid
- b.  $r \text{ hasil} < r \text{ tabel}$ , data tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel.<sup>17</sup> Dapat dikatakan bahwa analisis reliabilitas merupakan analisis tingkat kehandalan dari suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala.

Sedangkan pengujian reliabel data yaitu *one shot* atau pengukuran sekali saja disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Variabel dikatakan reliabel jika memberikan  $\alpha$  0,60.<sup>18</sup>

<sup>16</sup>Saifudin Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2000, hlm. 5.

<sup>17</sup>*Ibid.*, hlm. 4.

<sup>18</sup> Brian Dwi Saputra, *Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*, Jurnal Nominal, Vol Ii Nomor I 2013, hlm.43

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinearitas

Yaitu bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah nilai variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawanya, (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1 / tolerance$ ) nilai *Cut Off* yang umum dipakai untuk menunjukkan nilai multikolinearitas adalah nilai  $Tolerance > 0,10$  atau sama dengan  $VIF < 10$ .<sup>19</sup>

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas, kebanyakan data *Cross Section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar) adapun cara untuk mendeteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot dengan dasar analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada dan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.

---

<sup>19</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, UNDIP Press, Semarang, 2011, hlm. 105.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, setiap titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (Nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.<sup>20</sup>

### 3. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah distribusi data normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik.

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melibatkan histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati dengan distribusi normal. Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya bagi sample yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *Normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dengan plotting data akan dibandingkan dengan garis normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.<sup>21</sup>

## I. Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Berganda

Model yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model umum persamaan regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*) dan pengolahannya menggunakan alat Bantu SPSS. Analisis regresi digunakan apakah hipotesis penelitian terbukti atau tidak. Analisis ini untuk menguji pengaruh kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap minat bertransaksi studi kasus di agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejubo Kudus. Sehingga model dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm. 139.

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 160.

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

- Y : minat bertransaksi  
 $\alpha$  : intercept persamaan regresi  
 b : koefisien regresi variabel independen  
 $x_1$  : kepuasan masyarakat  
 $x_2$  : kepercayaan masyarakat  
 e : koefisien error

## 2. Uji t Parsial

Hasil analisis regresi yang berupa persamaan regresi dengan masing-masing koefisien perlu diuji untuk menentukan signifikansi koefisien. Uji ini diperlukan untuk menentukan apakah variabel-variabel dalam persamaan regresi secara individu signifikan dalam memprediksi nilai variabel dependen. Rumus

$$t \text{ hitung} = \frac{rp\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rp^2}}$$

Keterangan :

$r_p$  = korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel dengan kriteria pengujian :

- jika  $t_{sig} \geq (\alpha=0,05)$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak , berarti variabel bebas (X) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat(Y).
- jika  $t_{sig} \leq (\alpha=0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima , berarti variabel bebas (X) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat(Y).<sup>22</sup>

## 3. Uji F Parameter Simultan

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-

---

<sup>22</sup> Johan Arifin, *Aplikasi Excel Dalam Statistik Dan Riset Terapan*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2005, hlm. 115.

sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Perhitungan F hitung dicari dengan rumus:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Kriteria pengujian :

- Jika  $F_{\text{sig}} \geq (\alpha = 0.05)$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti variabel pengaruh (X) secara bersama tidak terpengaruh terhadap variabel terpengaruh (Y).
- Jika  $F_{\text{sig}} \leq (\alpha = 0.05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti variabel pengaruh (X) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terpengaruh (Y).

#### 4. Menghitung Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Bila  $R^2$  mendekati angka 1 maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Dergibson Siagian Dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2006, hlm. 259.