

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field reseach*). Penelitian lapangan atau *field reseach* merupakan tipe penelitian yang menguji hubungan korelasional antara variabel dengan kondisi lingkungan penelitian yang natural dan tingkat keterlibatan penelitian yang minimal.¹ Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan mendatangi responden untuk pengamatan langsung, wawancara atau dengan pemberian kuesioner. Dalam penelitian ini yang akan diamati yaitu pengaruh persepsi dan pengetahuan pedagang muslim terhadap minat pembiayaan bank syariah.

2. Pendekatan Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus representatif.²

Pendekatan kuantitatif menggunakan data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel atau responden yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka. Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme.³

¹Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), 92.

²Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN KUDUS, 2009), 7

³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 13.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan atau elemen yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan hasil penelitiannya akan menunjukkan sebuah kesimpulan inferensial bagi kelompok atau populasi tersebut.⁴ Populasi dalam penelitian ini yaitu pedagang muslim yang ada di Desa Jambean Kidul pedagang muslim yang ada di Desa Jambean Kidul berjumlah 196 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁵

Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang /kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi model.⁶ Teknik sampel ini menggunakan sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa kriteria responden.⁷

Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

- a. Pedagang beragama muslim
- b. Pendidikan terakhir pedagang
Pedagang yang memiliki pendidikan terakhir minimal Sekolah Dasar.
- c. Usia pedagang

⁴ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014), 172.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 116.

⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN KUDUS, 2009), 145

⁷ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN KUDUS, 2009), 147

- Usia pedagang diantara 20 tahun – 50 tahun
- d. Tempat berjualan pedagang
Tempat berjualan pedagang yang berada di desa Jambean Kidul.

kriteria - kriteria yang digunakan dalam penelitian ini menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Dari kriteria tersebut maka penelitian ini menggunakan sampel sejumlah 78 responden.

Tabel 3.1 Persyaratan Responden

No	Persyaratan	Jumlah
1.	Populasi	196
2.	Pedagang yang tidak beragama muslim	0
3.	Usia pedagang yang lebih dari 50 tahun	(18)
4.	Masyarakat desa Jambean Kidul yang tidak berdagang di desa Jambean Kidul.	(34)
5.	Pedagang yang tidak tamat SD/yang tidak sekolah	(66)
Jumlah Responden		78

(Sumber : Data pedagang desa Jambean Kidul, 2018)

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁸ Variabel penelitian perlu ditentukan dan dijelaskan agar alur hubungan dua atau lebih variabel dalam penelitian dapat dicari dan dianalisis. Penentuan variabel dalam penelitian ada 2 yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebas terdapat tiga jenis yaitu : Persepsi (X_1), dan Pengetahuan (X_2).
2. Variabel tergantung/terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 58.

adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat terdapat satu jenis yaitu : Minat (Y)

D. Variabel Operasional

1. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replika pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik. Indikator variabel berfungsi sebagai salah satu cara membuat kuesioner atau penyebaran angket suatu penelitian.⁹

a. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya *interval* yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini, variabel-variabel diukur dengan menggunakan *Skala Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *Skala Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *Skala Likert* mempunyai *gradasi* dari sangat positif sampai sangat negatif, *skala likert* yang digunakan adalah nilai 1 sampai dengan 5 dengan batasan-batasan sebagai berikut:¹⁰

⁹ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen Ed. 1*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002), 69.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 131-133.

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

Berdasarkan variabel diatas yang berhubungan dengan kompensasi, motivasi dan gaya kepemimpinan dan kinerja karyawan dibuatlah tabel Definisi Operasi Variabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran
1.	Persepsi (X ₁)	Menurut Stephen P. Robbins Persepsi adalah proses memberi arti terhadap lingkungannya. Individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan – kesan indera mereka memaknai obyek atau lingkungan yang dilihatnya. ¹¹	1. Penerimaan 2. Evaluasi	1. Penerimaan persepsi yaitu berfungsinya indera untuk menangkap rangsang dari luar. 2. Rangsang-rangsang dari luar yang telah ditangkap indera, kemudian dievaluasi oleh individu Tetapi individu yang lain menilai	Likert 1-5

¹¹Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, Perilaku Organisasi, (Jakarta : Salemba Empat, 2017) 103

				rangsang yang sama tersebut sebagai sesuatu yang bagus dan menyenangkan	
2.	Pengetahuan (X_2)	Menurut Peter dan Olson Pengetahuan produk sebagai pengetahuan konsumen yang berkaitan dengan pengetahuan tentang ciri atau karakter produk, konsekuensi menggunakan produk dan nilai tingkat kepuasan akan dicapai oleh produk. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atribut produk 2. Manfaat fisik 3. Manfaat psikologi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segala aspek fisik dari suatu produk atau jasa yang dapat dilihat atau dirasakan. 2. Dampak yang dirasakan ketika konsumen berinteraksi dengan produk atau jasa yang digunakan . 3. Dampak social yang diperoleh saat konsumen 	<i>Likert 1-5</i>

¹²Aditya Ryan Firmansyah, Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Terhadap Niat Beli Mobil Datsun Go Panca, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 9. No. 1 (2016) 27

			4. Nilai nilai produk	berinteraksi dengan suatu produk atau jasa. 4. Nilai-nilai yang diperoleh setelah konsumen menggunakan produk atau jasa.	
3.	Minat (Y)	Menurut Kotler dan Keller Minat beli merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen tersebut memiliki keinginan untuk membeli dan memiliki suatu produk atau jasa berdasarkan pelanggan dalam memilih, menggunakan dan menginginkan suatu	1. <i>Awareness</i> 2. <i>Knowledge</i>	1. Sebagian konsumen tidak menyadari kebutuhan yang dimilikinya, maka dari itu tugas seorang komunikator adalah untuk menciptakan kebutuhan tersebut. 2. Beberapa konsumen memiliki kebutuhan akan sebuah produk, namun tidak	<i>Likert 1-5</i>

		produk atau jasa itu. ¹³	3. <i>Liking</i>	memiliki pengetahuan yang cukup akan produk tersebut, sehingga informasi tentang produk harus tersampaikan oleh komunikator	
				3. Setelah konsumen mempunyai kebutuhan dan komunikasi, tahap selanjutnya adalah apakah konsumen mempunyai produk tersebut? apabila konsumen mempunyai rasa suka, maka akan terdapat	

¹³ Yuliana Siti Chotifah, Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling, *Journal Of Finance an Islamic Banking*, Vol. 1, No. 1, 2018, 70

			<p><i>4. Preference</i></p>	<p>keinginan untuk membeli</p> <p>4. Setelah timbul perasaan suka terhadap produk tersebut maka konsumen perlu mengetahui perbandingan produk kita dengan produk lain, mulai dari kemasan, kualitas, nilai, performa, dan lain-lain</p>	
			<p><i>5. Conviction</i></p>	<p>5. Konsumen telah mempunyai produk yang disukai namun belum yakin untuk melakukan proses pembelian, pada tahap</p>	

				ini tugas komunikator adalah meyakinkan konsumen dan menimbulkan minat beli konsumen untuk membeli	
--	--	--	--	--	--

(Sumber: Data yang diolah dari beberapa sumber)

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya.¹⁴ Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Observasi (pengamatan)

Observasi atau pengamatan adalah teknik yang dilakukan secara langsung dan pencatatan secara otomatis terhadap fenomena yang di selidiki. Karena penelitian yang di lakukan adalah termasuk jenis penelitian kuantitatif, maka observasi yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah observasi terus terang. Dalam hal ini, penulis dapat melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa peneliti sedang melakukan penelitian.¹⁵ Penulis juga menggunakan observasi partisipatif yaitu peneliti datang di tempat penelitian tetapi tidak ikut terlihat dalam kegiatan di tempat penelitian.¹⁶

¹⁴ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2013), 159.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), .312

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004),66

2. Metode dokumentasi

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan metode yang bersumber pada benda-benda tertulis berupa buku-buku, dokumen, peraturan-peraturan, catatan harian, dsb.¹⁷

3. Angket (Kuesioner)

Angket merupakan suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pernyataan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons terhadap daftar pertanyaan/pernyataan yang diberikan oleh peneliti.¹⁸

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketetapan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada *kuesioner* mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini uji coba angket dilakukan pada 30 orang selain responden penelitian. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$. Uji signifikansi koefisien korelasi pada tahap signifikansi adalah 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak maka bisa dilihat pada tampilan output *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item – Total Correlation* > dari r table. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilainya positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.¹⁹ Dalam penelitian ini, dari hasil uji non responden masing-masing butir pernyataan

¹⁷ Arikunto dan Suharsini, *Prosedur Penelitian*. (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), 135

¹⁸ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 92.

¹⁹ Imam Ghozhali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 52.

dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu *kuesioner* yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu *kuesioner* dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan menggunakan program SPSS dengan menggunakan Uji Statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,70. Dan jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien < 0,70 maka dikatakan tidak reliabel.²⁰ Dalam penelitian ini, dari hasil uji non responden dinyatakan reliabel dengan hasil diatas koefisien < 0,70 sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas 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 variabel *independen* yang nilai kolerasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independen* manakah yang dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Jadi, jika nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah -nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .²¹

²⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 47.

²¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 105.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi atau ada masalah dalam autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena *residual* (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan *Uji Durbin-Watson* (DW test).²²

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah *di-studentized*. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu regresi.²³

6. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada 2 cara

²²Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 110.

²³Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 139

untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.²⁴

a) Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik *histogram* yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

b) Uji Statistik

Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari *residual* tersebut.

7. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda membahas hubungan variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + a_1X_1 + a_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Minat

a = Kontanta

a_1, a_2, a_3 = Koefisien regresi untuk variabel X_1, X_2 dan X_3

X_1 = Persepsi

X_2 = Pengetahuan

e = eror

8. Uji-t (parsial)

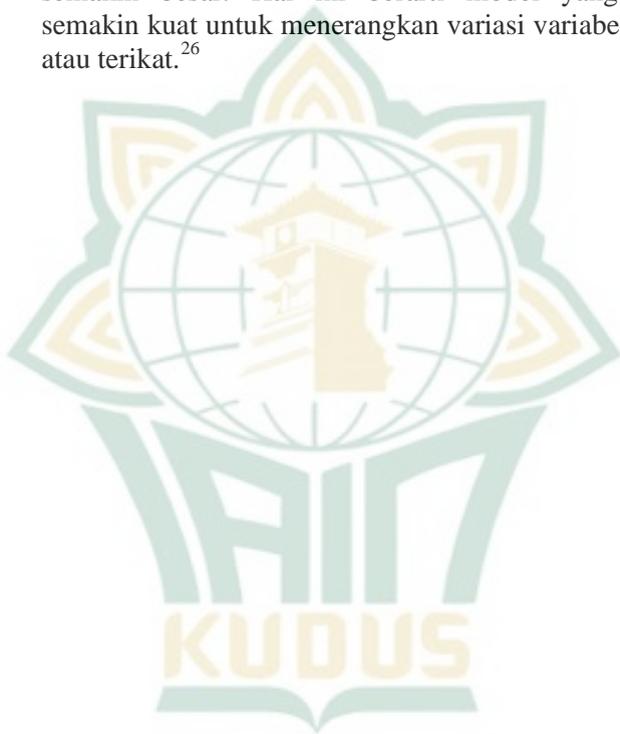
Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.²⁵

²⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 160.

²⁵Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2013), 180.

9. 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 satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung atau terikat.²⁶



²⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 30.