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 pengetahuan dan promosi terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah.

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 adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁵ Populasi dalam penelitian ini yaitu anggota pembiayaan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah. Dari keterangan yang peneliti dapat dari salah satu staf *marketing*, terdapat 981 orang yang terdaftar sebagai anggota pembiayaan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah.⁶

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).⁷

Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *probability sampling* yaitu suatu teknik pengambilan sampel dimana semua elemen mempunyai peluang untuk terpilih menjadi sampel. Dengan menggunakan teknik ini, berarti tidak ada kendala apapun untuk melakukan penelitian terhadap kemungkinan atau probabilitas dari elemen

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

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 148.

⁶ Hasil Wawancara Karyawan, Dewi Lestari, wawancara oleh penulis, Senin, 16 September 2019 Pukul 14.30 WIB

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 116.

manapun jika terpilih sebagai sampel. Teknik sampel ini menggunakan *simple random sampling* yaitu teknik dengan memberikan kesempatan yang sama pada semua elemen untuk dapat dipilih sebagai sampel.

Karena jumlah populasinya terhitung yaitu 981 anggota, maka dalam penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin sebagai berikut:⁸

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

Dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = batas kelonggaran yang digunakan (10%)⁹

Berdasarkan data jumlah anggota KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, jumlah responden adalah 981 anggota. Berdasarkan rumus di atas sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{981}{1+981 \cdot (0,1)^2} = 90,7$$

Dari perhitungan diatas, sampel yang akan diambil minimal sebanyak 90.7 yang peneliti bulatkan menjadi 91 orang.

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.¹⁰ 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

158. ⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018),

158. ⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018),

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 58.

variabel bebas terdapat dua jenis yaitu : Pengetahuan (X_1), dan Promosi (X_2).

2. Variabel tergantung/terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat terdapat satu jenis yaitu : Keputusan Pembiayaan (Y)

D. Definisi 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.¹¹

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

¹¹ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen Ed. 1*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002), 69.

nilai 1 sampai dengan 5 dengan batasan-batasan sebagai berikut:¹²

- 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 pengetahuan dan promosi terhadap keputusan pembiayaan dibuatlah tabel Definisi Operasi Variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Pengetahuan (X ₁)	Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk serta informasi lainnya yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. ¹³	1. Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> • Berfikir logis tentang keuntungan yang diperoleh 	<i>Likert 1-5</i>
		2. Paparan media massa	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia nya informasi produk dari TV, radio, majalah, pamphlet, atau brosur 	

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 131-133.

¹³ Sumarwan dalam Hawin A. Fadhullah, dkk, “Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan Konsumen Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembiayaan Kendaraan Mitsubishi Di Pt. Sun Star Motor Kediri”, *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 65.

		3. Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiayaan merupakan kebutuhan primer 	
		4. Hubungan sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Semakin baik hubungan sosial akan berpengaruh pada tingkat komunikasi 	
		5. Pengalaman	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui informasi dari orang lain atau diri sendiri 	
Promosi (X ₂)	Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan,	1. <i>Advertising</i> (Iklan)	<ul style="list-style-type: none"> • Berbagai bentuk promosi ide dan layanan salah satunya adalah tersedianya brosur tentang informasi produk 	<i>Likert 1-5</i>

	menawarkan, dan mempertemukan produk yang bernilai dengan pihak lain. ¹⁴	2. <i>Sales Promotio n</i> (Promosi Penjualan)	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya <i>sales promotio n</i> untuk mendorong penjuala n produk dan layanan 	
		3. <i>Public Relation</i> (Publisita s)	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya pegawai yang bertugas menjaga hubunga n baik dengan anggota 	
		4. <i>Personal Selling</i> (Penjuala n Pribadi)	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya penjuala n langsung yang dilakuka n oleh pegawai 	
Keputusan Pembiayaa n (Y)	Menurut Kotler dan Amstrong mengemukakan bahwa keputusan pembiayaan	1. Pengenal an Kebutuha n	<ul style="list-style-type: none"> • Mengena l produk pembiayaan sebelum memutuskan 	<i>Likert 1-5</i>

¹⁴ Philip Kotler dalam Rengganing Jatun dan Rizal Hari Magnadi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan”, *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Vol. 4, No. 2, (2015): 2.

<p>adalah tahap proses keputusan di mana konsumen secara aktual melakukan pembiayaan produk.¹⁵</p>	2. Pencarian Informasi	<ul style="list-style-type: none"> Mencari informasi sebelum memilih produk pembiayaan
	3. Evaluasi Alternatif	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan evaluasi alternatif sebelum melakukan pembiayaan
	4. Tindakan Pembiayaan	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan pembiayaan berdasarkan keuntungan yang didapatkan
	5. Perilaku Pasca Pembiayaan	<ul style="list-style-type: none"> Merasa puas

(Sumber: Teori yang diolah dari beberapa sumber,2019)

¹⁵ Usman Efendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 247-248

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya.¹⁶ 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 dilakukan 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.¹⁷ Penulis juga menggunakan observasi partisipatif yaitu peneliti datang di tempat penelitian tetapi tidak ikut terlihat dalam kegiatan di tempat penelitian.¹⁸

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.¹⁹

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.²⁰

¹⁶ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 159.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 312.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 66.

¹⁹ Arikunto dan Suharsini, *Prosedur Penelitian*. (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), 135.

²⁰ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 92.

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.²¹ Dalam penelitian ini, dari hasil uji non responden masing-masing butir pernyataan 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.²² Dalam penelitian ini,

²¹Imam Ghodzali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 52.

²² Imam Ghodzali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 47.

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 $VIF \geq 10$.²³

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).²⁴

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 105.

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 110.

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.²⁵

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 untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.²⁶

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.

²⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 139

²⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 160.

7. Analisis Regresi Berganda

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

$$Y = a + a_1X_1 + a_2X_2$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembiayaan

a = Konstanta

a_1, a_2 = Koefisien regresi untuk variabel X_1 dan X_2

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Promosi

8. Uji-t (parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.²⁷

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.²⁸

²⁷Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 180.

²⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 30.