BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan dengan metode kuantitatif ini lebih berfokus pada penelitian yang memiliki sifat objektif, dimana cara yang digunakan dimulai dari pengumpulan data, analisis data kuantitatif dan melakukan pengujian data dengan statistik.[1]

Metode kuantitatif meliputi metode deskriptif, metode survei, metode korelasional, metode komparatif, metode eksperimental dan metode ekspor fakto.[2] Penelitian ini memilih salah satu metode yaitu dengan cara survei. Tujuannya untuk memperoleh data dimana data tersebut diperoleh dengan cara seperti angket. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas produk, citra merek dan komunikasi lisan (*word of mouth)* terhadap keputusan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

---

[1] Hamdi dan Asep Saepul, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hal. 5

[2] *Ibid.*, hal. 5-8

,

2. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti ini menggunakan penelitian yang bersifat asosiatif. Penelitian yang bersifat asosiatif ini berguna untuk melihat bagaimana hubungan antara dua variabel atau lebih yang akan diteliti. Disini peneliti menggunakan empat variabel diantaranya yaitu variabel independen (kualitas produk, citra merek serta komunikasi lisan) dan variabel dependennya (keputusan nasabah mengambil pembiayaan).

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[3] Populasi yang diambil oleh peneliti adalah anggota pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri yang berjumlah 600 anggota.

2. Sampling

Sampling merupakan cara pengambilan sampel yang digunakan untuk mengira suatu keadaan populasi. Peneliti menggunakan sampel random (*simple random sampling*), dimana sampel random ini merupakan

[3] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2015, hal. 80

,

teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama atau secara acak tanpa memperhatikan strata setiap anggota yang ada dalam suatu populasi.

Adapun subjek yang dijadikan untuk pengambilan sampel yaitu semua nasabah yang mengambil produk pembiayaan dengan akad murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.[4]

Teknik mengambil sampel ini menggunakan rumus Solvin sebagai berikut[5]:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Sebagai Tingkat kesalahan

[4] *Ibid*., hal. 81

[5] Sofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hal. 62

,

Di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung jumlah populasi sebanyak 600 anggota dan tingkat kesalahan (e) = 10%.

$$n = \frac{600}{1 + 600\,(0{,}1)^2}$$

$$= 85{,}7 = 86$$

Jadi jumlah sampel yang di gunakan untuk penelitian di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung sebanyak 86 anggota.

C. Sumber Data, Variabel Dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Menggunakan data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari objek yang akan diteliti dan kemudian diolah oleh peneliti yang dalam penelitian ini adalah nasabah. Penelitian yang dilakukan adalah menguji hipotesis terhadap data primer dari penelitian yang berupa jawaban dari pertanyaan atau kuesioner terhadap nasabah. Menurut Sugiyono pengumpulan terhadap data dengan menggunakan kuesioner adalah dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menyebarkan kuesioner atau daftar pertanyaan terhadap nasabah.

,

Kuesioner adalah angket dengan menggunakan lima alternatif jawaban berdasarkan skala *Likert*.[6]

2. Variabel

Variabel ialah sesuatu yang sesuai dengan objek atau subjek yang diambil peneliti dan dalam hal ini variabel berupa simbol yang diberi angka. Variabel yang digunakan peneliti ada 2 jenis.

a. Variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab atau berubah / mempengaruhi variabel lain (variabel terikat), baik secara positif atau negatif. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X_1), citra merek (X_2) dan komunikasi lisan (X_3).

b. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah (Y).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah 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.[7]

---

[6] Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal. 6
[7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hal. 92

,

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Ordinal. Skala ordinal tidak hanya mengkategorikan variabel ke dalam kelompok, tetapi juga melakukan ranking terhadap kategori.[8]

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengertian dari teknik pengumpulan data yaitu metode yang sudah memiliki standar guna untuk mendapatkan suatu data dari objek yang diperlukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dilakukan dengan dua cara yaitu :

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam hal ini peneliti membagikan kuesioner berupa pertanyaan yang sudah dibuat oleh peneliti kemudian diberikan kepada responden.

b. Kepustakaan

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data atau bahan berbagai daftar yang ada. Dengan cara membaca, mempelajari, mencatat dan merangkum teori yang

[8] Sofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif...*, hal 47-48

,

berkaitan dengan masalah pokok pembahasan melalui buku, skripsi terdahulu, majalah, internet dan media lain yang berhubungan dengan penelitian.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu suatu instrumen yang digunakan dalam pengukuran fenomena yang akan diteliti yang disebut dengan variabel. Instrumen yang digunakan peneliti itu dengan *skala likert*. Dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang disebut sebagai variabel penelitian.[9]

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikaor tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. *Skala likert* dalam penelitian ini berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1
TS	= Tidak Setuju	diberi skor	2
RG	= Ragu-Ragu	diberi skor	3
S	= Setuju	diberi skor	4
SS	= Sangat Setuju	diberi skor	5

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hal. 93-94

,

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Kualitas Produk (X1)	1. Kinerja (*Performance*) 2. Daya tahan *(Durability*) *3.* Kesesuaian dengan spesifikasi *(Conformance to spesifications)* 4. Fitur *(Features)* 5. Reliabilitas *(Reliability)* 6. Estetika *(Aesthetic)*	M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, Jakarta: Penerbit Qiara Media
Citra Merek (X2)	1. Keunggulan asosiasi merek (*Favorability of brand association)* 2. Kekuatan asosiasi merek (*Streght of brand association)* 3. Keunikan asosiasi merek *(Uniqueness of brand association)*	M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, Jakarta: Penerbit Qiara Media
Word Of Mouth (X3)	1. Komunikasi lisan yang alami (*Organic word of mouth)* 2. Komunikasi lisan untuk menambah kekuatan (*Amplified word of mouth)*	Perpustakaan Republik Indonesia, *Word Of Mouth Communication: Penjualan Produk*, Surabaya: Media Sahabat Cendekia Surabaya
Keputusan Nasabah (Y)	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Tindakan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian	Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran*, Denpasar: Universitas Udayana

,

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas item adalah uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cremat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pernyataan atau pertanyaan yang ditujukan pada responden dengan bentuk kuesioner dan bertujuan untuk mengungkap sesuatu.

Teknik uji validitas item dengan teknik *Corrected Item- Total Correlation* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan totalnya dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi. Hal ini dikarenakan agar tidak terjadi koefisien item total yang over estimasi (estimasi nilai yang lebih tinggi dari yang sebenarnya). Pada metode ini tidak perlu memasukkan skor total karena sudah dihitung secara otomatis. Pengujian signifikansi diilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung > r tabel maka item dapat dinyatakan valid. Dan jika r hitung < r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

,

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsistensi jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalan penelitian untuk mengukur skala likert adalah *cronbach alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.[10]

2. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan untuk menguji normalitas data.[11] Metode yang digunakan dalam menguji normalitas adalah uji Kolmogrov-Smirnov. Jika nilai signifikan

[10] Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis SPSS*, (Ponorogo: CV Wade Group, 2016), hal. 79

[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hal. 153

,

dari hasil uji Kolmogrov-Smirnov > 0,05, maka terdistribusi normal dan sebaliknya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi dan lawannya serta *variance inflation factor* (VIF). Jadi nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (VIF = 1/*Tolerance*). [12] Kriteria yang digunakan adalah :

1) Jika nilai VIF disekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

2) Jika nilai Tolerance ≥ 0.10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

b. Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi yaitu untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1

[12] Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*..., hal. 15

,

(sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.[13]

Menurut Singgih, untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

1) Jika D-W dibawah -2, berarti autokorelasi positif.
2) Jika D-W diatas +2, berarti autokorelasi negatif.
3) Jika D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan metode grafik. Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan yaitu:

1) Jika ada pola tertentu, seperti tititk-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas.

[13] Masyhuri Machfudz, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Malang: Genius Media, 2014), hal. 136

,

2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumby Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.[14]

4. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap suatu variabel tidak bebas (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tidak bebas.[15]

Rumus regresi linier berganda yaitu:

$$\mathbf{Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \ldots + b_nx_n}$$

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (T-test)

Uji T pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisien reghresi. Jika suatu koefisien regresi signifikan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

---

[14] Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis SPSS*... hal. 129
[15] Sofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* ..., hal. 405

,

Untuk menguji koefisien hipotesis: $H_0 = 0$, untuk itu langkah yang digunakan untuk menguji hipotesa tersebut dengan uji T adalah:

1) Menentukan H_0 dan H_a

   H_0 : $\beta 1 = \beta 2 = \beta 3 = 0$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen)

   H_a : $\beta 1 \neq \beta 2 \neq \beta 3 \neq 0$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen)

2) Menentukan *Level of Significance*

   Level of Significance yang digunakan sebesar 5% atau $\propto = 0.05$

3) Melihat nilai T (T Hitung)

   Melihat nilai T hitung dan membandingkannya dengan T tabel.

4) Menentukan kriteria peneriamaan dan penolakan H_0

   a) Jika signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak

   b) Jika signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima

b. Uji F (F-test)

Uji keberartian model regresi atau uji F yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama (simultan) yang ditujukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen

,

secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.[16]

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel X1, X2 dan X3 secara keseluruhan terhadap variabel Y. Langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut yaitu[17]:

1) Menentukan H_0 dan H_a

   H_0 : b1, b2, b3 = 0 (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen).

   H_a : b1, b2, b3 $\neq$ 0 (terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen).

2) Menentukan *Level of Significance*

   Level of Significance yang digunakan sebesar 5% atau $\propto$ = 0.05

3) Melihat nilai F (F Hitung)

   Melihat F hitung dengan melihat output (tabel anova) SPSS dan membandingkannya dengan F tabel.

4) Menentukan kriteria peneriamaan dan penolakan H_0 dengan melihat tingkat probabilitasnya yaitu:

   a) Jika signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak

[16] Haslinda dan Jamaluddin, "Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo", *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, Vol 11 No. 1 2016, hal. 11

[17] *Ibid*., hal. 10-11

,

b) Jika signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan natara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Deengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X1, X2, X3.....Xn) yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat.[18]

[18] Suharyadi dan Purwanto, *Statistika : Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 217