

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:3) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk mengetahui jenis dan indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini, sehingga pengujian hipotesis yang akan dilakukan dengan dibantu oleh alat statistik akan sesuai dengan variabel-variabel, yang terdiri dari :

1. Variabel Dependen

Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan anggota.

2. Variabel Independen

a. Variabel independen disebut juga dengan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan yaitu :

- a. Produk (X_1)
- b. Harga (X_2)
- c. Lokasi (X_3)
- d. Promosi (X_4)
- e. Afiliasi (X_5)

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numeric (angka) yang di olah menggunakan metode statistika. Pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel (Saifuddin, 2011).

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang tidak mementingkan kedalaman data, namun yang penting adalah dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dianalisis, baik melalui rumus-rumus statistika maupun komputer(Zainuddin, 2008)

C. Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut :

1. Sumber data primer

Merupakan sumber data dasar (*primary data* atau *basic data*) yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber pertama. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan sumber primer kuisisioner dan wawancara terhadap anggota BMT USA Jepara.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada yaitu dari buku, skripsi, artikel maupun laporan penelitian terdahulu tentang bauran pemasaran dan keputusan konsumen. Data ini penulis gunakan sebagai pendukung data utama (*secondary data*) dalam penelitian ini.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil anggota BMT USA Jepara sebagai subjek penelitian.

2. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah variabel yang bisa diukur dan yang akan diteliti oleh penulis. Objek penelitian ini adalah bauran pemasaran terhadap keputusan anggota.

E. Instrumen Penelitian

Instrument atau alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner yang memuat daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian, sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator penelitian

Variabel	Teori	Indikator	Pengukuran
Produk	Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan	1. Akad yang digunakan BMT. 2. Kemudahan persyaratan. 3. BMT memiliki jaringan yang luas. 4. BMT NU (Nahdlatul Ulama) .	Skala Likert

	(Kotler, 2000, 28)		
Harga	Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. (Kotler dan Armstrong, 2008:345).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya administrasi. 2. Setoran awal tabungan 3. Denda (<i>Kifarat</i>) 4. Biaya bulanan 5. Bagi hasil. 	Skala Likert
Lokasi	Menurut Lupiyoadi (2001:261) Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan transportasi 2. Kemudahan proses layanan 3. Kebersihan kantor dan lingkungan sekitar 4. Jumlah Kantor. 	Skala Likert
Promosi	Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengaruh teman dekat 2. Penyebaran brosur sebagai media informasi. 	Skala Likert

	<p>program pemasaran.</p> <p>Seberapapun berkualitas suatu produk bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya (Kasmir, 2005:175).</p>	<p>3. Kepercayaan terhadap tenaga pemasaran.</p> <p>4. Pemberian Hadiah</p> <p>5. Sosial media sebagai informasi.</p>	
Afiliasi	<p>Pengertian Afiliasi menurut McClelland dalam (Baron dan Byrne, (2003:274-275) mengemukakan bahwa afiliasi merupakan kebutuhan akan kehangatan, dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain.</p>	<p>1. Interaksi</p> <p>2. Transaksi.</p> <p>3. Kegiatan BMT</p> <p>4. Anggota Kelompok</p> <p>5. Kerjasama</p>	<p>Skala Likert</p>
Keputusan menjadi Nasabah	<p>Engel et.al (1994) mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah</p>	<p>1. Pelayanan BMT</p> <p>2. Kesopanan, keramahan, dan kecakapan</p>	<p>Skala Likert</p>

	tindakan- tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan barang- barang dan jasa ekonomis yang didahului oleh proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.	3. Membandingkan dengan kompetitor 4. Informasi yang memadai. 5. Sesuai yang diharapkan.	
--	---	---	--

Sumber: Data sekunder yang diolah Agustus 2018

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota BMT USA Jepara yang berjumlah 14.657 anggota sebagai populasi penelitian. Populasi penelitian ini tersebar di 10 kantor cabang, dapat dilihat data tabel dibawah ini:

Tabel 3. 2 Populasi Penelitian yang Tersebar pada 10 Kantor Cabang

No	Nama Kantor Cabang
1	BMT USA Cabang Bapangan
2	BMT USA Cabang Mantingan

3	BMT USA Cabang Mindahan
4	BMT USA Cabang Pecangaan
5	BMT USA Cabang Bandungrejo
6	BMT USA Cabang Welahan
7	BMT USA Cabang Mayong
8	BMT USA Cabang Nalumsari
9	BMT USA Cabang Suwawal
10	BMT USA Cabang Bangsri

Sumber: KSPPS BMT USA Jepara

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:62) mendefinisikan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Agar jumlah sampel yang digunakan proporsional dengan jumlah populasi, maka jumlah sampel dihitung dengan rumus tertentu dan jumlah sampel pada penelitian ini dihitung dengan pendekatan Slovin (Umar, 2009) dengan rumus sebagai berikut:

$$N = 14.657$$

$$d = \text{nilai presisi } 90\% \text{ atau sig} = 0.1$$

maka :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

$$n = \frac{14657}{14657 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{14657}{147,57}$$

$n = 99,32$ atau dibulatkan menjadi 99 anggota.

Jadi dalam penelitian ini maka penulis akan mengambil sampel sebanyak 99 anggota.

G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis untuk mendapatkan dan mengumpulkan data menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2014:6) metode ini digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan dengan mengumpulkan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, wawancara terstruktur.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner. Menurut Narimawati (2010:40) kuesioner didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara penyebaran pada 10 kantor cabang BMT USA yang tersebar di Kabupaten Jepara dengan jumlah 10 lembar kuesioner untuk satu kantor cabang.

1. Kuesioner

Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup ataupun terbuka (Sugiyono,

2011). Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survey dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden yaitu nasabah dengan serangkaian pertanyaan terkait dengan perilaku Bauran Pemasaran.

Pengisian kuesioner dilakukan secara *self-administered questionnaire* yaitu responden diminta menjawab sendiri kuesioner yang telah dibuat peneliti (Neuman, 2003) Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam penelitian ini fenomena social yang ditatapakan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrument item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan. Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab lisan kepada pihak yang akan diteliti, yaitu orang-orang yang terkait.

H. Metode Pengolahan Data Penelitian

Menurut Siregar (2014) pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Editing

Editing yaitu mengoreksi terhadap kemungkinan terjadi kesalahan-kesalahan data yang diperoleh berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan.

2. Codeting

Pemberian kode yaitu pemberian kode tertentu terhadap macam jawaban dari kuesioner untuk dikelompokkan pada kategori yang sama. Pengkodean ini dari kuesioner untuk dikelompokkan pada kategori yang sama. Pengkodean ini berarti menterjemahkan data ke dalam kode, biasanya kode angka yang bertujuan untuk memindah data ke dalam media penyimpanan data analisis komputer lebih lanjut.

3. Tabulasi

Tabulasi yaitu memasukkan data yang telah di dapat dan di klasifikasikan dalam tabel yang telah disediakan.

4. Scoring

Scoring yaitu mengolah data yang ada dengan cara memberi penilaian data yang telah dimasukkan serta memberi skor atau nilai pada tiap-tiap jawaban yang diperoleh dari setiap responden (Philip Kotler, 2004:106) Skornya adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) mendapat skor 5
- b. Setuju (S) mendapat skor 4
- c. Netral (N) mendapat skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) mendapat skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat skor 1

I. Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini, karena jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, maka analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantitatifkan data-data penelitian kedalam bentuk angka-angka dengan menggunakan skala likert 5 poin (*5-pointlikertscale*).

Metode analisis yang digunakan adalah *linear regression*. Ghozali (2011) menjelaskan *linear regression* adalah regresi yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diolah dan kemudian dianalisis dengan berbagai uji statistik sebagaiberikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statisitk deskriptif digunakan untuk memberi gambaran dan deskripsi mengenai variabel-variabel dalam penelitian. Alat yang digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan adalah rata-rata, median, maksimum, minimum, dan standar deviasi (Ghozali, 2011).

2. Uji Kualitas Data

a. Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner

tersebut. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi (r hitung) > r tabel (Ghozali, 2011).

Suatu instrumen dikatakan valid apabila taraf probabilitas kesalahan (sig) < 0,05 dan r hitung > r tabel, sebaliknya suatu instrumen dikatakan tidak valid apabila taraf probabilitas kesalahan (sig) > 0,05 dan r hitung < r tabel (Ghozali, 2011). Perhitungan validitas ini, dilakukan dengan menggunakan program statistik IBM SPSS 24.

b. Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur seberapa besar suatu instrument penelitian dapat dipercaya, dan digunakan sebagai alat pengukur penelitian. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest, equivalent dan gabungan keduanya. Sedangkan secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument penelitian dengan teknis tertentu (Sugiyono, 2012).

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden. Suatu instrument dikatakan reliable/handal jika jawaban dari responden terhadap instrument tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas pada penelitian ini adalah *cronbach Alpha* sebagai berikut (Siregar, 2014) :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \alpha_b^2$ = total dari varian masing-masing variable

α_b^2 = varian total

Reliabilitas konsisten internal dapat diterima jika $\alpha \geq 0,6$. Reliabilitas konsistensi internal adalah suatu pendekatan untuk menaksir konsistensi internal dari kumpulan item/indicator, dimana beberapa item dijumlahkan untuk menghasilkan skor total untuk skala.

3. Uji Asumsi Klasik

Salah satu syarat untuk menggunakan regresi berganda yaitu terpenuhinya uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk menghindari perolehan yang biasa. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah metode analisis grafik dan uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S)* (Ghozali, 2013).

Metode analisis grafik dapat dilakukan dengan melihat grafik histogram atau dengan melihat *Normal Probability Plot*. Normalitas dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-Plot atau dengan melihat histogram atau residualnya.

Uji normalitas dengan grafik Normal P-Plot akan membentuk satu garis lurus diagonal, kemudian *plotting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian normalitas yang lain dapat menggunakan uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Pengujian ini digunakan untuk menguji normalitas residual suatu model regresi. Langkah-langkah uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S)* (Ghozali, 2013) sebagai berikut :

1) Merumuskan Hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

2) Pengambilan Keputusan :

Apabila nilai sig. (2-tailed) $< 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti data berdistribusi tidak normal.

Apabila nilai sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variable bebas dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terdapat korelasi antar variable bebasnya (independen). Jika variable bebas saling berkorelasi maka variable-

variabel tersebut tidak orthogonal atau nilai variable independen tersebut tidak sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005) :

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variable-variabel bebasnya banyak yang tidak signifikan dan mempengaruhi variable terikat
- 2) Menganalisis matrik korelasi variable-variabel bebas. Jika korelas antar variable bebas cukup tinggi (umumnya diatas 0,90) maka hal tersebut mengindikasikan adanya multikolonieritas.
- 3) Multikolonieritas dapat juga diketahui melalui nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*). Jika $VIF < 10$ maka tingkat kolonieritas dapat ditoleransi.

c. Uji Heteroskedisitas

Uji heteroskesiditas bertujuan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan variance dari residual dalam pengamatan/observasi. Jika variance dari residual pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka hal tersebut disebut homoskedatisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedatisitas atau tidak terjadinya heteroskeditisitas yang bisa dilihat menggunakan uji scatterplot (Ghozali, 2005).

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengembangan dari analisis regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat

digunakan untuk melakukan prediksi permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu. Perbedaannya dengan analisis regresi linier sederhana hanyalah pada jumlah variable bebasnya (independent), karena dalam analisis regresi sederhana hanya meneliti satu variable bebas saja yang mempengaruhi variable terikat, namun pada analisis regresi linier berganda meneliti lebih dari satu variable bebas yang mempengaruhi variable terikat dengan rumus (Siregar S. , 2014).

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Konsumen

a = Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_5$ = Koefisien arah regresi

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Lokasi

X4 = Promosi

X5 = Afiliasi

e = Error

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh suatu variable independen terhadap variable dependen secara individual. Dilihat dari interpretasi hasil kolom sig. dengan dasar kaidah pengujian (Siregar S. , 2014) :

1) Jika nilai $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima

2) Jika nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

b. Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dependen secara bersama-sama (simultan). Yang dilihat dari interpretasi hasil kolom sig. dengan dasar kaidah pengujian (Siregar S. , 2014) :

1. Jika nilai $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ maka H_0 diterima atau variable bebas (X) berpengaruh terhadap variable terikat (Y).

2. Jika nilai $f \text{ hitung} \leq f \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak atau variable bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variable terikat (Y).

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2013).