

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penelitian kuantitatif adalah metode untuk melakukan tes atau uji terhadap teori tertentu menggunakan cara melihat hubungan antar variabel yang digunakan. Variabel-variabel tersebut kemudian di olah dengan menggunakan program komputerisasi (SPSS), kemudian data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan perhitungan statistik. Analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2014, hal. 13)

B. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini terdiri dari nasabah produk simpanan berhadiah wisata yang ada di BMT Artha Barokah Imogiri dan obyek penelitian ini adalah di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini tidak terlepas dari obyek sebagai sarana penelitian yang biasa disebut populasi. Menurut Sugiyono "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”. (Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, 2004)

Adapun dalam penelitian ini populasi yang digunakan obyek untuk penelitian adalah nasabah simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri pada tahun 2012 sejak dikeluarkan produk simpanan berhadiah wisata sampai Desember 2017.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *total sampling*. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiyono, 2007). Alasan mengambil total sampling karena menurut Sugiyono (2007) jumlah populasi yang kurang dari 100 seluruh populasi dijadikan sampel penelitian semuanya.

D. Sumber dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berlangsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pernyataan-

pernyataan dari kuesioner yang disebar ke nasabah produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil dari sumber ke dua. Data sekunder ini diperoleh dari sumber lain diantaranya jurnal, buku, skripsi terdahulu, internet yang terkait atau yang erat hubungannya dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan dan pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Kuisoner

Kuisoner dalah suatu sarana berupa daftar isian yang berisi beberapa pernyataan atau pertanyaan yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini. Kuisoner tersebut disebarkan kepada responden (nasabah yang melakukan transaksi/memanfaatkan layanan simpanan berhadiah wisata).

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini model skala *likert* yaitu, digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2011, hal. 136). Jawaban atas item pertanyaan memiliki gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju dengan skor 1 hingga 4:

Tabel 3.1

Keterangan Jumlah Kuesioner

1.	Sangat Setuju	Dengan skor 4
2.	Setuju	Dengan skor 3
3.	Tidak Setuju (TS)	Dengan skor 2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	Dengan skor 1

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden (Sugiyono, 2013: 137). Wawancara yang digunakan yaitu wawancara tidak terstruktur atau terbuka. Wawancara terbuka yaitu bebas di mana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan digunakan. Pertanyaan diajukan kepada kepala pimpinan marketing di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri dan beberapa orang nasabah. Pelaksanaan wawancara dilakukan pada jam kerja dengan mengadakan janji terlebih dahulu kepada responden terpilih.

F. Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2004). Agar pemahaman mengenai variabel yang diamati dan untuk mempermudah analisis dan pembahasan, maka berbagai

variabel yang diamati didefinisikan secara operasional dan indikator variabel sebagai berikut:

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Pengukuran
Produk (X₁)	Menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga memuaskan keinginan kebutuhan.	1. Merk/Desain 2. Keamanan 3. Kebutuhan 4. Keunggulan produk	Skala <i>Likert</i>
Harga (X₂)	Swastha (2009:147) menyatakan harga adalah jumlah uang atau ditambah beberapa barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang beserta pelayanannya.	1. Harga setoran produk terjangkau 2. Biaya adminidtrsi terjangkau 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan kemampuan.	Skala <i>Likert</i>
Promosi (X₄)	Menurut Once (2000) Promosi merupakan salah satu usaha bank dalam memperkenalkan produk mereka kepada calon nasabahnya.	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Penjualan tatap muka (<i>Personal selling</i>) 4. Publikasi	Skala <i>Likert</i>
Pemberian Hadiah (X₃)	Bentuk bonus yang diberikan kepada nasabah.	1. Kejelasan hadiah 2. Ketertarikan hadiah 3. Manfaat hadiah 4. Besarnya hadiah	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Menabung SIBETA (Y)	Menurut Kotler (2005:212) keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian berbagai alternatif solusi. 3. Evaluasi berbagai berbagai alternatif solusi. 4. Pembelian. 5. Penggunaan pasca pembelian dan evaluasi	Skala <i>Likert</i>

keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.	ulang alternatif yang dipilih.
---	--------------------------------

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2011, hal. 52). Instrumen dikatakan valid apabila mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel atau nilai signifikansi $<$ 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah hasil pengukuran tersebut dapat dipercaya atau tidak. Peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbouch* $>$ 0.60 untuk mengukur reliabilitas instrumen penelitian ini.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linier bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi model regresi yang digunakan. Uji asumsi klasik dilakukan dengan metode regresi berganda, maka ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (Ghozali, 2011, hal. 29), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan memakai *kolmogorov smirnov*. Dengan pengujian ini dapat diketahui apakah nilai sampel yang teramati sesuai dengan distribusi tertentu.

Untuk keperluan ini hipotesis yang diajukan adalah bahwa data terdistribusi normal. Kriteria yang digunakan adalah dengan pengujian dua arah (*two-tailed test*), yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikansi yang telah ditentukan (0,05). Apabila nilai $p > 0,05$, maka data terdistribusi normal dan apabila nilai $p < 0,05$, maka data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *variance inflation factor (VIF)*.

Tolerance value mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama

dengan nilai $VIF > 10$. Apabila nilai VIF dibawah nilai 10 dan *tolerance value* diatas 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011, hal. 105).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap asumsi klasik heteroskedastis bertujuan untuk mengetahui apakah *variance* dari residual data observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika *variance* dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang diinginkan adalah homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas pada model regresi, peneliti menggunakan uji statistik *glejser* yaitu dengan mentransformasi nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model. Jika diperoleh nilai signifikan untuk variabel independen > 0.05 dan jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas (Temalagi, 2013, hal. 66)

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara

variabel dependen dengan variabel independen. Persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan memilih simpanan berhadiah wisata
- X = Variabel independen yang terdiri dari Produk (X_1)
Harga (X_2), Promosi (X_3) dan Pemberian Hadiah (X_4)
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi variabel independen
- e = Error, yaitu pengaruh variabel lain yang tidak masuk dalam model, tetapi ikut mempengaruhi.

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan yang dihasilkan uji t $p\text{-value} < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Cara lain untuk menguji signifikan t adalah dengan membandingkan t statistik dengan t tabel. Jika t statistik $>$ t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Temalagi, 2013, hal. 83)

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji nilai F digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dependen secara simultan atau bersama-sama. Jika nilai sig F < 0,05 maka, terdapat pengaruh bersama-sama variable independen terhadap variable dependen. Apabila nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh secara simultan variable independen terhadap variable dependen.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika dalam proses mendapatkan nilai R^2 yang tinggi adalah lebih baik, tetapi jika nilai R^2 rendah tidak berarti model regresi jelek.

Bila R^2 mendekati 1 (100%), maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa makin baik atau makin tepat garis regresi yang diperoleh. Sebaliknya jika R^2 mendekati 0 maka menunjukkan semakin tidak tepatnya garis regresi untuk mengukur data observasi (Temalagi, 2013, hal. 15)