

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode *survey* atau kuisioner dengan menggunakan skala *likert* (sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju). Penelitian kuantitatif didasari oleh filsafat positivisme yang menekankan fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol (Nana, 2006: 53). Metode *survey* merupakan suatu metode pengumpulan data yang menggunakan kuisioner atau angket. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008: 135).

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan mulai bulan Maret 2018 sampai dengan selesai. Tempat penelitian pada Bank Syariah Mandiri KK UMY Yogyakarta yang beralamatkan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta jl. Lingkar Selatan, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KK UMY Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif. Pada penelitian ini besarnya populasi tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga penulis memilih teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental Sampling (Convenience Sampling)*. *Accidental Sampling (Convenience sampling)* merupakan teknik pengambilan sampel ketika peneliti tidak memiliki data tentang populasi dalam bentuk *sampling frame* dan peneliti memilih sampel berdasarkan kemudahan dalam mengambil/memilih sampel (Willy dan Jogiyanto, 2015: 65). Sedangkan menurut Sugiyono (2012:56) *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, bila dipandang orang yang

kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sehingga pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri yang kebetulan bertemu dengan peneliti ketika peneliti sedang melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri KK UMY Yogyakarta.

Joseph Hair (2006:112) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang di analisa atau indikator. Indikator dari penelitian ini berjumlah 12, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut.

$$n = 5 \times 12 = 60 \text{ sampel}$$

Joseph Hair (2006:197) menyarankan bahwa penelitian yang akan diolah dengan menggunakan *multiple regression* jumlah sampel minimum 50 responden dan disarankan lebih besaryaitu 100 responden. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel 100 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Survei

Survei merupakan metode pengumpulan data dengan kuesioner atau angket. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai alat yang digunakan untuk memperoleh hasil yang diinginkan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, selain itu kuesioner juga baik digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas (Sugiyono, 2009:142). Hasil yang diperoleh diharapkan dapat membantu penelitian yang dilakukan mengenai keputusan pembelian konsumen.

Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*, dimana model skala likert yang dimodifikasi terdapat empat jawaban dengan menghilangkan jawaban netral. Nussbeck dalam Azwar (2012: 37) menyebutkan bahwa penghilang jawaban netral ini berguna untuk menghilangkan kecenderungan subjek menempatkan pilihannya di kategori tengah, sehingga data mengenai perbedaan diantara responden menjadi kurang informatif atau dikhawatirkan respon yang diperoleh tidak cukup bervariasi. Sehingga skala memiliki alternatif jawaban sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skala *Likert*

Skala ukur	SS	S	TS	STS
Nilai	4	3	2	1

2. Studi kepustakaan

Suatu cara mengumpulkan informasi dari buku, jurnal, ataupun penelitian-penelitian yang sejenis dan berkaitan dengan penelitian ini.

E. Sumber dan Jenis Data

1. Sumber Data

a. Data primer

Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari nasabah yang melakukan transaksi pada Bank Syariah Mandiri KK UMY Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder disini peneliti mengambil dari jurnal, buku, website, internet, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari jawaban responden atas kuesioner yang dibagikan. Data primer

merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli.

F. Definisi Operasional Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah ekuitas merek dan *syariah marketing tactic* melalui indikator :

- a. Ekuitas merek (X_1)
 - 1) Loyalitas merek
 - 2) Kesadaran merek
 - 3) Persepsi/ kesan kualitas
 - 4) Asosiasi merek
- b. *Syariah marketing tactic* (X_2)
 - 1) *Differentiation*
 - 2) *Marketing-mix*
 - 3) *Selling*

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian konsumen pada Bank Syariah Mandiri KK UMY Yogyakarta.

Keputusan pembelian ini diukur dengan beberapa indikator :

- a. Identifikasi masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Pembelian
- e. Evaluasi pascabeli

G. Teknik Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Untuk proses ini uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan Partial Least Square (PLS), yaitu dengan melihat *convergen validity* dari nilai *standardized loading factor* dimana dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai 0,50 sampai dengan 0.60, dengan nilai ideal lebih besar dari 0,70 (Gozali, 2011).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketetapan suatu alat ukur. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan *Composite Reliability*. Menurut Hair et al. (2006) nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima. Maka suatu indikator dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik jika nilai *composite reliability* lebih besar atau sama dengan 0,7 (Gozali, 2011).

H. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data dilakukan dengan menggunakan PLS (*Partial Least Square*) dengan aplikasi *SmartPLS* versi 3.27. PLS merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Menurut Ghozali (2006) menjelaskan bahwa PLS adalah metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, dengan begitu jumlah sampel yang dibutuhkan dapat kecil (dibawah 100 sampel).

Dalam analisis data menggunakan PLS, peneliti harus melakukan beberapa langkah yaitu:

1. Merancang Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model ini digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas, dengan menspesifikasi hubungan antar variabel laten dan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya. Menurut Sofyan Yamin (2009: 222) terdapat beberapa cara pengukuran, yaitu :

- a. *Convergent Validity*, digunakan untuk mengukur besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel laten. Nilai *convergen validity* dapat dilihat dari *standardized loading*

factor adalah gambaran besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan variabel latennya dan nilai *loading factor* dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai 0,50 sampai dengan 0.60, dengan nilai ideal lebih besar dari 0,70 (Gozali, 2011).

- b. *Discriminant Validity*, model pengukuran ini dilihat dari *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading factor* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading factor* dengan konstruk yang lain.
- c. *Composite Reliability (pc)*, digunakan untuk menguji konsistensi setiap jawaban yang diujikan. Dalam menentukan *composite reliability (pc)* dapat dilihat apabila nilai *composite reliability (pc)* $> 0,7$ maka mempunyai reliabilitas yang tinggi.

2. Merancang Model Struktural (*Inner Model*)

Merancang model struktural atau *inner model* digunakan untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten atau hipotesis dalam sebuah penelitian. Pengujian terhadap model struktural dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi (R^2) atau biasa disebut *R-square*, dimana suatu evaluasi menghasilkan

hasil yang baik apabila koefisien hubungan antar variabel tersebut signifikan secara statistik yaitu t-statistik lebih besar dari t-tabel, dengan nilai p-value dan alpha (α) 5% adalah kurang dari 0,05. Nilai t-tabel untuk alpha 5% adalah 1,96.

3. Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*)

Pengujian Hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping* pada saat mengolah model structural yang dikembangkan oleh Geisser & Stone. Uji statistik yang digunakan adalah statistik t atau uji t. Penerapan metode *bootstrapping*, memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas (*distribution free*) tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar (direkomendasikan sampel minimum 30). Untuk pengujian Hipotesa dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya dan statistiknya. Untuk nilai probabilitas, nilai p-value dengan *alpha* 5% adalah kurang dari 0,05. Nilai t-tabel untuk *alpha* 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan hipotesa adalah ketika t-statistik > t-tabel. Pengujian dilakukan dengan t-test, apabila di peroleh p-value = 0,05 (alpha 5 %), maka dapat dikatakan signifikan.