

BAB III

METODE PENELITIAN

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kuantitatif adalah suatu penelitian atau metode yang didasari oleh falsafah positivisme yaitu ilmu yang valid, ilmu yang dibangun dari empiris, teramati, terukur, menggunakan logika matematika dan membuat generalisasi atas rerata. Kemudian menggunakan pendekatan deskriptif yaitu metode dalam pencarian fakta status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu pemikiran ataupun peristiwa pada masa sekarang dengan interpretasi yang tepat (Hidayat dan Sandarmayanti, 2011: 3). Pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memaparkan dengan jelas olahan data mentah diatas terkait Pengaruh Minat *Transaksional, Eksploratif, Preferensial, dan Referensial* terhadap *Brand Switching Intention* Pembiayaan Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pengrajin Perak Kotagede Yogyakarta)".

2. Lokasi dan Subjek

a. Lokasi

Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempersempit ruang lingkup dalam pembahasan dan memperjelas fakta yang terjadi pada umumnya. Adapun lokasi penelitian yang akan penulis teliti yaitu kawasan pengrajin perak Kotagede Yogyakarta.

b. Subyek

Subyek penelitian adalah sumber data yang diperoleh atau informan yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti. Subyek dalam penelitian ini adalah pengusaha pengrajin perak Kotagede.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data (sugiyono, 2010:308). Data primer tersebut diperoleh dari sumber data utama yaitu pengusaha pengrajin perak Kotagede.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah Data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. (Sugiyono,2010.310)

Data sekunder dalam hal ini diperoleh dari :

1. Data dari dinas kependudukan dan catatan sipil Yogyakarta
2. Web kelompok produksi pegusaha perak yogyakarta (KP3Y)
3. Data dari web perusahaan dan *show room*

4. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi penelitian ini adalah Pengrajin Perak Kotagede Yogyakarta, yang memiliki populasi 807 pengrajin perak .

b. Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Agar informasi yang diperoleh dari sampel benar-benar mewakili populasi, sampel tersebut harus mewakili karakteristik populasinya. Sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode *purposive sampling*. Kriteria sample dalam penelitian ini yaitu :

1. Pengrajin perak yang tergabung dalam kelompok KP3Y (Koperasi Produksi Pengusaha Perak Yogyakarta) yaitu berjumlah 108 pengrajin
2. Pengrajin perak yang memiliki *show room* yaitu berjumlah 78 pengrajin
3. Pengrajin perak yang melakukan pembiayaan di Lembaga keuangan Syariah yaitu berjumlah 72 pengrajin

Sehingga total sample yang diteliti mencapai 72 pengrajin

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan metode berikut ini :

a. Kuesioner

Kuisoner atau angket merupakan pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atau daftar pertanyaan tersebut (Noor,2011:139).

b. Observasi

Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi terus terang atau tersamar, artinya peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas penelitian (Sugiyono, 2010:312).

6. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional artinya menerjemahkan konsep mengenai variabel yang bersangkutan ke dalam bentuk indikator perilaku. Definisi operasional variabel berisikan indikator-indikator dari suatu variabel yang memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang relevan untuk variabel tersebut. Konsep penelitian memiliki tujuan untuk menghindari salah maksud memahami konsep dan membatasi penelitian, yaitu dilakukan dengan penjabaran variabel penelitian atau indikator (Hidayat dan Sedarmayanti, 2011:211). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 jenis variable, yaitu:

a. Variabel Independen (X) Minat Nasabah

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Nasabah. Minat adalah suatu kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap obyek. Minat dianggap sebagai suatu penangkap atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, minat juga mengindikasikan seberapa keras seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba. Adapun beberapa indikator minat menurut Hasan, Ali (2013:131) adalah :

1) Variabel Minat Transaksional (X1)

Minat Transaksional (perilaku membeli)

Minat Transaksional adalah kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

2) Variabel Minat Eksploratif (X2)

Minat Eksploratif (mencari informasi) atau Minat Eksploratif adalah adalah minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang sama.

3) Variabel Minat Preferensial (X3)

Minat Preferensial (pengutamaan suatu produk) atau Minat Preferensial adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk, preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4) Variabel Minat Referensial (X4)

Minat Referensial (merekomendasikan kepada orang lain)

Minat Referensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan kepada orang lain

b. Variabel Dependen (y) *Brand Switching Intention*

Variabel independen atau biasa disebut dengan variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab perubahan variabel terikat (dependen). Adapun variabel independen yang akan diuji dalam penelitian ini adalah *Brand Switching Intention* Pembiayaan. *Brand Switching Intention* Pembiayaan adalah perpindahan merek yang dilakukan oleh pelanggan untuk setiap waktu penggunaan, tingkat *brand switching Intention* ini juga menunjukkan sejauh mana sebuah merek memiliki pelanggan yang loyal. Adapun indikator *Brand Switching Intention* Pembiayaan menurut Dharmmesta dan Shellyana (2002: 30) adalah sebagai berikut :

- 1) Ketidakpuasan yang dialami paska konsumsi
- 2) Keinginan untuk mencari variasi
- 3) Keinginan untuk mempercepat penghentian penggunaan produk

7. Uji Kualitas data (Uji Instrumen)

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono dalam artikel Janti Suhar menyatakan bahwa validitas adalah tingkat kendala dan ketetapan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Suatu instrumen pengukuran (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan valid apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan yang dilakukan. Atau bisa dikatakan hasil ukur tersebut merupakan besaran yang menggambarkan secara tepat keadaan yang sesungguhnya dari yang diukur.

Pengujian ini dilakukan dengan teknik pengambilan skor dari angket yang digunakan, kemudian skor tersebut diolah dengan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS. dengan ketentuan jika nilai signifikansi (P Value) < 0,05, maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi (P Value) > 0,05, maka terjadi hubungan yang signifikan.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reability* berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu pengukuran dapat dipercaya apabila ukuran tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat diandalkan sebagai alat ukur, diantaranya konsistensi pengukuran data dari waktu ke waktu tidak berubah. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakteristik utama instrumen pengukuran yang baik (Azwar : 2003 : 176).

Teknik yang digunakan untuk pengujian reliabilitas adalah *cronbach alpha*. Teknik ini dikembangkan oleh *cronbach* untuk menghasilkan korelasi reliabilitas alpha dan merupakan teknik pengujian konsistensi reliabilitas antara item-item yang terpopuler, serta menunjukkan indeks konsistensi yang sempurna. Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai alpha > 0,6.

8. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang diperoleh diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan statistik. Seperti yang tercantum berikut ini:

a. Uji Normalitas

Untuk memenuhi syarat analisis data dalam hal ini menggunakan uji normalitas. Uji normalitas sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi atau tidak hanya dengan melihat pada histogram residual. Dalam uji normalitas ini untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak menggunakan rasio skewness dan rasio kurtosis.

Menurut Setya dharma dalam buku Santoso (2000), rasio skewness dan rasio kurtosis adalah nilai skewness dibagi dengan standard error skewness; sedangkan rasio kurtosis adalah nilai kurtosis dibagi dengan standard error kurtosis. Apabila rasio kurtosis dan skewness berada diantara -2 hingga +2, maka distribusi data normal. Pengujian ini menggunakan SPSS.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi masing-masing variabel bebas (*independent*) saling berhubungan secara linier. Model regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinearitas. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF. Model regresi akan bebas dari multikolinearitas jika nilai *tolerance* > 0,10 atau VIF < 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda juga perlu diuji mengenai sama atau tidaknya varians dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lain. Hal ini menjadi penting dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat heteroskedastisitas varians. Diuji dengan menggunakan metode Uji Glejser.

Jika nilai F lebih besar atau sama dengan 0,05 maka asumsi tidak terjadi heteroskedastisitas, tetapi jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengukurnya dapat dilakukan dengan bantuan program software statistic.

d. Uji Linearitas

Uji Linearitas merupakan pengujian data dengan cara mencari persamaan garis regresi variabel X terhadap Y. Berdasarkan garis regresi yang telah dibuat, kemudian di uji keberartian koefisien garis regresi serta linieritasnya. Menurut Sudarmanto (2005) menyatakan bahwa, Uji Linearitas garis regresi digunakan dalam pembuktian apakah garis linear yang ditetapkan benar-benar sesuai dengan keadaanya atau tidak. Penyajiannya menggunakan analisis tabel ANOVA, kriteria yang ditetapkan untuk menentukan besarnya lineritas garis regresi adalah jika koefisien signifikasi lebih besar dari harga alpha yang ditentukan yaitu 0,05 maka dinyatakan bahwa garis regresi dinyatakan linear.

e. Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda yaitu analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable *dependen* (kriterium). Bila dua atau lebih variable *independen*

sebagai factor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variable independenya minimal 2 .sugiyono (2014:277)

Adapun persamaan regresi linier adalah sebagai berikut :

$$Y=a+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3+b_4x_4+e$$

dimana :

Y = *Brand Switching Intantion*

a = Koefisien konstanta

b₁b₂b₃b₄ = Koefisien regresi

X₁ = *Minat Transaksional*

X₂ = *Minat Eksploratif*

X₃ = *Minat Preferensial*

X₄ = *Minat Referensial*

e = Eror, variable gangguan

e. Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk pengujian hipotesis digunakan uji parsial (t test) digunakan untuk mengetahui atau menguji seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Priyatno, 2010: 86). Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh negatif.

f. Uji F

Merupakan pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variable *independent* yang terdapat di dalam model secara Bersama-sama (simultan) terhadap variable *dependen*. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh minat *transaksional*, *eksploratif*, *preferensial* dan *referensial* terhadap *Brand switching* secara simultan dan parsial.

Menurut Sugiyono (2014:257) dirumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

R² = Koefisien determinasi

K = Jumlah Variabel independent

N = jumlah anggota data atau kasus