

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Berhubungan dengan judul yang dikemukakan, maka penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan cara survei yaitu penelitian yang mengambil sejumlah sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel.¹ Tujuannya untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah pada perusahaan yang bergerak di bidang lembaga keuangan perbankan, tepatnya PT. BPRS Al-Washliyah Kota Medan, Jalan Gunung Krakatau No 28 Medan. Waktu penelitian dilaksanakan bulan Agustus 2017.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.³ Maka populasi dalam Penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna produk pembiayaan multijasa PT. BPRS Al-Washliyah Kota Medan. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh informasi bahwa jumlah nasabah pembiayaan multijasa PT. BPRS Al-Washliyah Kota Medan Tahun 2013 berjumlah 66 nasabah, tahun 2014 berjumlah 34 nasabah, tahun 2015 berjumlah 29 nasabah dan tahun 2016 berjumlah 43 nasabah. Jadi jumlah keseluruhan 172 nasabah.

¹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, tesis, disertasi dan Karya ilmiah*(Jakarta: Kencana, 2012), h. 38.

²Azhari Akmal Tarigan, et.al., *Pedoman Penulisan Proposal dan skripsi Ekonomi Islam*(Medan: Wal Ashri Publishing, 2013), h. 17.

³*Ibid*, h. 87.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2010:116). Teknik *sampling* yang peneliti gunakan untuk penelitian ini adalah *Incidental Sampling* yaitu teknik Metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada dan yang dijumpai dalam penentuan sampel. Penelitian yang biasa menggunakan teknik *sampling* ini adalah penelitian yang populasinya adalah individu-individu yang sukar ditemui dengan alasan sibuk atau alasan lainnya.⁴ dengan pertimbangan tertentu yaitu nasabah yang menggunakan *Produk pembiayaan Multijasa*. Berdasarkan data jumlah nasabah pengguna *Produk pembiayaan Multijasa* pada PT. BPRS Al-Washliyah Kota Medan pada Periode 2013-2016 dapat ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, dimana menurut Umar (2011 : 78) yaitu :

Dimana:

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel

$$n = \frac{172}{1 + (172 (0,1)^2)} = 63.23$$

Berdasarkan Hasil Diatas Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 63 responden.

D. Jenis Data Dan Sumber Data

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h 126.

Untuk menganalisis dan menginterpretasikannya dengan baik serta untuk memperoleh hasil penelitian yang tepat maka diperlukan data yang valid dan dapat dipercaya.⁵ Dalam penelitian ini data akan diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1) Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok atau organisasi.⁶ Untuk data primer diperoleh langsung dari hasil angket yang diberikan kepada Nasabah Pengguna Produk Pembiayaan Multijasa di BPRS Al-Washliyah Kota Medan. Dimana skala penilaian yang digunakan untuk setiap responden adalah skala likert dengan ketentuan sebagai berikut:

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

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Adapun data sekundernya data-data yang mendukung data primer yang diperoleh dari sumber-sumber bacaan, arsip-arsip(dokumen-dokumen), buku-buku referensi, jurnal, dan internet atau *website* serta literatur-literatur pustaka lainnya.⁷

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode antara lain :

1. Kuesioner

Kuesioner yaitu membuat daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden yang dipilih untuk diselidiki atau sebagai sampel.

2. Studi Dokumentasi

⁵Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 103.

⁶ *Ibid.*,

⁷ Azhari Akmal Tarigan, et.al., *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Ekonomi Islam* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2013), h. 76.

Studi dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dokumen, situs resmi. Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian yang diperoleh melalui lembaga perusahaan bank.

3. Wawancara

Untuk mendapatkan data primer dilakukan melalui wawancara secara langsung dengan pihak yang bersangkutan.

F. Defenisi Operasional

Untuk memberikan batasan penelitian dalam memudahkan penafsiran mengenai variabel-variabel yang digunakan.

- a. Variabel eksogen merupakan variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel eksogen yaitu:⁸

- 1) Variabel Produk (X_1). Produk adalah suatu barang yang telah dihasilkan dan akan di kembangkan, menurut Philip Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dapat untuk dibeli, untuk digunakan atau untuk dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁹ Produk yang ditawarkan kepasar haruslah memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Jadi setiap produk selalu diarahkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Adapun indikator yang digunakan untuk pengukuran persepsi produk adalah: produk yang bervariasi, kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan, persyaratan yang ringan, biaya administrasi yang murah, jasa pembiayaan yang lebih rendah dibandingkan dengan bunga.

- 2) Variabel Promosi (X_2) Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh pihak BPRS kepada nasabah yang kemudian diharapkan nasabah menjadi senang lalu menggunakannya. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun

⁸ Azhari Akmal Tarigan, dkk, *Metodologi Pendidikan Ekonomi Islam*, (Medan: LaTahzan press, 2011), h. 57.

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta Kencana, 2005), h. 135.

tidak langsung.¹⁰ Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah mengenal bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Adapun indikator yang digunakan untuk pengukuran persepsi promosi adalah: publisitas (pameran, bakti sosial dan kegiatan amal lainnya) tersedianya media informasi, adanya undian dan doorprize, pemberian insentif kepada setiap nasabah dengan memiliki simpanan saldo tertentu, pemberian cinderamata, hadiah serta kenang kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.

3) Variabel Pelayanan (X_3) Pelayanan adalah suatu tindakan langsung yang diberikan lembaga kepada nasabah dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah demi terciptanya loyalitas dan kepuasan nasabah. Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etika, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai.¹¹ Kualitas suatu pelayanan yang diberikan oleh BPRS Al-Washliyah kota Medan sangat berperan dalam mempengaruhi seseorang untuk menggunakan produk pembiayaan yang dimiliki BPRS. Adapun indikator yang digunakan dalam persepsi pelayanan adalah: keramahan pelayanan, efisiensi dan kecepatan layanan, kejelasan informasi, pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, serta pelayanan yang merata yang tidak membedakan terhadap status sosial.

- b. Variabel endogen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹² Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel endogen/dependen adalah minat nasabah untuk menggunakan *produk pembiayaan multijasa* (Y). Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan nasabah dalam menggunakan Produk *pembiayaan multijasa*. Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur minat adalah: produk pembiayaan multijasa sesuai dengan kebutuhan, produk pembiayaan multijasa sesuai dengan keinginan, produk pembiayaan multijasa sesuai dengan gaya hidup, pengalaman transaksi yang menyenangkan.

¹⁰ *Ibid*, h. 137.

¹¹ *Ibid*, h. 138.

¹² Azhari Akmal Tarigan, dkk, *Metodologi Penelitian Islam*, (Medan: La Tahzan Press, 2011), h. 57.

Dapat disimpulkan bahwa definisi operasional dalam penelitian ini dengan menggunakan variabel eksogen/variabel bebas (independen) dan variabel endogen/variabel terikat (dependen). Yang mana variabel produk, variabel promosi, dan variabel pelayanan, sebagai variabel eksogen (variabel bebas) dan merupakan suatu variabel yang mempengaruhi preferensi/minat nasabah untuk menggunakan Produk Pembiayaan Multijasa sebagai variabel endogen (variabel terikat)

G. Teknik Analisa Data

Teknik analisis merupakan alat bantu yang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk yang lebih ringkas sehingga akan mempermudah bagi peneliti memberikan jawaban masalah yang telah dirumuskan baik yang bersifat deskriptif atau pengujian hipotesis.¹³

Untuk mengadakan pengujian terhadap hipotesis ini dan menjawab rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka penulis menggunakan analisis data sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Menurut Arikunto Validitas menggambarkan bahwa pertanyaan yang digunakan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur (*Valid*). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrument pengukuran yang digunakan, artinya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Pengukuran tingkat validitas dapat dilakukan dengan mencari korelasi antar skor butir pertanyaan dan total skor konstruk. Dalam pengukuran korelasi masing-masing skor butir pertanyaan dengan total butir variabel X dan variabel Y dengan bantuan *SPSS23 (Statistical program for society science)*.¹⁴ Pengujian dilakukan dengan mengkorelasi skor butir dengan skor total menggunakan rumus korelasi *product moment*. Dianggap valid apabila r positif dan r -hitung $>$ r -tabel, jadi apabila korelasi antara butir-butir dengan skor total kurang dari r -tabel atau negatif maka butir dalam instrumen tersebut tidak valid.¹⁵

2. Uji Realibilitas

¹³ Supramono, *Desain proposal penelitian studi pemasaran*, h.78.

¹⁴ Situmorang dkk, *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, (Medan: USU Press, 2010), h. 68.

¹⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian, cet, ke-2*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar offset, 1999), h. 282.

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur (kuesioner), apakah pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari Cronbach Alpha.¹⁶ Suatu kuesioner dapat dikatakan handal (reliabel) apabila memiliki kehandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Selain itu, Cronbach Alpha yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.¹⁷

H. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel independent dan variabel dependent mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau yang mendekati normal.

Menurut Duwi tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak.¹⁸ Jadi dalam hal ini yang diuji normalitas bukan masing-masing variabel independen dan dependen tetapi nilai residual yang dihasilkan dari model regresi. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang terdistribusikan secara normal.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Menurut Ghazali uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.¹⁹

2. Uji Heteroskedastisitas

¹⁶*Ibid.*, h. 282.

¹⁷Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Cet.ke-4*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), h. 86.

¹⁸Duwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009), h. 137.

¹⁹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2009), h 47.

Adanya varians variabel independen adalah konstan untuk setiap nilai tertentu variabel independen (heteroskedastisitas). Menurut Ghozali Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji data bersifat homoskedastisitas yaitu kondisi dimana varians dari data adalah sama pada seluruh pengamatan, sedangkan heteroskedastisitas terjadi jika varian eror untuk beberapa nilai x tidak konstanta atau berubah-ubah.²⁰

J. Uji Analisis Regresi Berganda

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda. Hal ini disebabkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh arah dan kekuatan hubungan dua variabel atau lebih yaitu antara variabel bebas terhadap variabel terikat.²¹

Model analisis yang digunakan adalah model analisis regresi berganda. Model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan persamaan sebagai berikut:

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

Dimana : Y = Produk Pembiayaan Multijasa

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X₁ = Variabel Produk

X₂ = Variabel Promosi

X₃ = Variabel Pelayanan

e = Error

K. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur untuk menguji pendugaan suatu fenomena dari perilaku konsumen atau perilaku pasar.²² Hipotesis merupakan hasil akhir dari proses berpikir deduktif (logika deduktif). Logika deduktif adalah menganut asas koherensi, mengingat premis merupakan informasi yang bersumber dari pernyataan yang telah teruji kebenarannya, maka hipotesis yang dirumuskan akan mempunyai derajat kebenaran yang tidak jauh berada

²⁰ *Ibid*, h. 61-64.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 275.

²² Ujang Sumarwan, et,al, *Riset Pemasaran dan Konsumsi*, (Bogor: IPB Press, 2012), h. 37.

dengan premis.²³ Model regresi yang sudah memenuhi syarat asumsi klasik akan digunakan untuk menganalisis kelanjutan data melalui pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Uji Signifikansi Parsial (uji – t)

Uji – t dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas (X) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara parsial. Bentuk pengujiannya adalah:

- $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3), yaitu berupa variabel produk, variabel promosi, dan variabel pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu Produk pembiayaan multijasa.
- $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3), yaitu berupa variabel produk, variabel promosi, dan variabel pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu produk pembiayaan multijasa.

Kriteria pengambilan keputusan

H_0 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

2. Uji Signifikansi Simultan (uji – F)

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) model hipotesis yang digunakan dalam uji – F ini adalah:

- $H_0 : b_1 b_2 b_3 = 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3), yaitu berupa variabel produk, variabel promosi, dan variabel pelayanan, secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) Produk Pembiayaan Multijasa.
- $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3), yaitu berupa variabel produksi, variabel promosi, dan variabel pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu produk pembiayaan multijasa.

Kriteria pengambilan keputusan

H_0 ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

²³Muhammad, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali, 2008), h. 76.

3. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Sugiono koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada antara 0 hingga 1. Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1, X_2, X_3) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat²⁴.

²⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 280.

