

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah pembiayaan kepemilikan emas yang ada pada Bank BRI Syariah KC Palembang. Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data angka yang diolah dengan metode statistika. Penelitian ini adalah definisi pengukuran data kuantitatif dan statistik melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka.¹ Berdasarkan pengertian tersebut penelitian ini untuk menganalisis keputusan pembelian, kualitas pelayanan, promosi, dan harga dari hasil kuesioner nasabah Bank BRI Syariah KC Palembang.

C. Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif.

Jenis data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini merupakan

¹ <https://id.m.wikipedia.org> Diakses pada Tanggal 12 Maret 2019 Pukul 12.49

jenis data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner sebagai instrumen penelitian.

2) Sumber Data

Sumber data penelitian ini yaitu primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.²

Data primer dalam penelitian ini adalah data dari kuesioner yaitu berupa hasil dari jawaban oleh responden atau kuesioner yang diajukan kepada nasabah yang mengajukan pembiayaan kepemilikan emas.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya.³

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal atau buku-buku yang berkaitan dengan penelitian dan data jumlah nasabah yang mengajukan pembiayaan kepemilikan emas.

² Ir.Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013) Hal. 16

³ Ibid

D. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk. Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2006:99).⁴ Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah yang memutuskan untuk mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada Bank BRI Syariah.

b) Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.⁵

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dalam hal ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, entah karena mereka adalah salah satunya yang memilikinya atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran, 2006:136).⁶ Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang memilih untuk melakukan pembiayaan kepemilikan emas di BRI Syariah.

⁴ Ir.Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013) Hal. 30

⁵ Ibid

⁶ Ibid

Apabila populasi tidak diketahui, menurut Hair dkk, merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat dikuesioner. Indikator dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Total pertanyaan dalam penelitian ini adalah 18 pertanyaan, sehingga minimal ukuran sampel penelitian ini adalah $18 \times 5 = 90$. Jadi, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 90 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik menyebar kuesioner. Peneliti menyebar kuesioner kepada nasabah yang mengajukan pembiayaan kepemilikan emas di Bank BRI Syariah KC Palembang yang menjadi responden penelitian.

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Ada beberapa jenis yang dapat digunakan dalam proses pengumpulan data, yaitu : Kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yaitu pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda. Jadi, kuesioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat. Contoh : Penerapan skala likert.⁷

⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013) Hal. 21

Tabel 3.1
Skala Likert

Skala Interval	Kategori	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	N = Netral	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

F. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen (yang mempengaruhi) dan satu variabel dependen (yang dipengaruhi).

a) Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah : Kualitas Pelayanan (X_1), Promosi (X_2), dan Harga (X_3).

b) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

G. Definisi Operasional Variabel

1) Kualitas Pelayanan

Definisi operasional dari kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan adalah suatu bentuk harapan akan layanan dalam suatu perusahaan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Indikator yang terkait dengan kualitas pelayanan adalah ketepatan pelayanan,

kecepatan pelayanan, penampilan, fasilitas, kebersihan, kesopanan, dan keramahan karyawan pada nasabah.

2) Promosi

Definisi operasional dari promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk agar bersedia membeli produk yang ditawarkan suatu perusahaan. Indikator yang terkait dengan promosi adalah promosi penjualan, periklanan, penjualan, kehumasan atau *public relations*, dan pemasaran langsung.

3) Harga

Definisi operasional dari harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang dengan satuan alat ukur untuk dapat membeli produk yang ditawarkan. Indikator yang terkait dengan harga adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

4) Keputusan Nasabah

Definisi operasional dari keputusan pembelian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebuah proses pendekatan, pengenalan masalah, mencari informasi, penilaian, membuat keputusan pembelian. Indikator yang terkait dengan keputusan nasabah adalah kebutuhan dan keinginan akan suatu produk, minat untuk mencoba, penilaian terhadap produk alternatif yang tersedia, perilaku setelah melakukan pembelian.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sub Pertanyaan
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.	a. <i>Reliability</i>	1. Melakukan pelayanan dengan benar
		b. <i>Responsiveness</i>	2. Kesiediaan untuk membantu nasabah
		c. <i>Assurance</i>	3. Dapat menanamkan kepercayaan pada nasabah
		d. <i>Empathy</i>	4. Memahami kebutuhan nasabah secara spesifik
		e. <i>Tangibles</i>	5. Penampilan yang rapi dan profesional

Promosi (X2)	Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.	1. Promosi Penjualan	1. Memberikan jaminan produk
		2. Periklanan	2. Melalui media elektronik, cetak, penyiaran
		3. Tenaga Penjualan	3. Mengkomunikasikan informasi tentang produk atau layanan perusahaan
		4. Kehumasan / <i>Public Relations</i>	4. Mensponsori guna untuk mempublikasikan produk tertentu
		5. Pemasaran Langsung	5. Berkomunikasi langsung dengan nasabah

Harga (X3)	Harga adalah kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang dengan satuan alat ukur untuk dapat membeli produk yang ditawarkan.	a. Keterjangkauan harga	1. Harga produk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh nasabah
		b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2. Membandingkan harga dengan kualitas produk
		c. Daya saing harga	3. Harga yang ditetapkan dapat bersaing dengan produk sejenis
		d. Kesesuaian harga dengan manfaat	4. Harga sesuai dengan manfaat produk yang diperoleh
Keputusan Nasabah dalam Mengajukan Pembiayaan Kepemilikan Emas (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah proses pendekatan, pengenalan masalah, mencari informasi, penilaian, membuat keputusan pembelian.	a. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk	1. Dapat mengenali atau kebutuhan konsumen
		b. Minat untuk mencoba	2. Dapat memberikan informasi produk kepada konsumen
		c. Penilaian terhadap produk alternatif yang tersedia	3. Memberikan informasi tentang produk alternatif kepada konsumen
		d. Perilaku setelah melakukan pembelian	4. Mengetahui tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen setelah membeli produk

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber

H. Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Menurut Santoso (2010:68) menyatakan bahwa validitas dalam penelitian ini diartikan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur peneliti tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur.⁸ Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada kemampuan atau tidak alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki. Jadi validitas merupakan kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur, oleh sebab itu alat ukur yang valid akan memiliki varians kesalahan yang rendah sehingga diharapkan alat tersebut akan dipercaya, bahwa angka yang dihasilkan merupakan angka yang sebenarnya.

Pengujian validitas ini dilakukan untuk melihat fungsi atas semua pertanyaan yang diajukan dengan kriteria sebagai berikut :⁹

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel maka instrument dianggap valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel maka instrument dianggap tidak valid, sehingga instrument tidak dapat digunakan dalam penelitian.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi konstruk atau indikator (variabel) penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau

⁸ Adhitya Herlambang, “ Analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas “. Skripsi (Fakultas ekonomi dan bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

⁹ SPSSIndonesia.com Diakses pada tanggal 24 Mei 2019 Pukul. 08.15 WIB

handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2009:46).¹⁰

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian agar dapat diinterpretasikan dan mudah dipahami adalah :

1) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal (Ghozali, 2009 : 147). Uji normalitas adalah pengujian untuk melihat apakah data yang digunakan baik menguji apakah data terdistribusi normal atau tidak, penelitian ini menggunakan *probability plot*. Distribusi normal membentuk suatu garis lurus diagonal. Apabila data yang digunakan terdistribusi normal, maka residual plots akan mengikuti garis normalitas dan berada di sekitar garis.¹¹

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:139).¹² Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat kesamaan varians dari residu dari satu pengamatan ke

¹⁰ Ibid

¹¹ Adhitya Herlambang, “ Analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas “. Skripsi (Fakultas ekonomi dan bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

¹² Ibid

pengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedestisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan melihat Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Tolerance mengukur variabelitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai cut off yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10 . (Ghozali, 2010:91).¹³

d. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- 1) Membandingkan nilai signifikan (Sig.) dengan 0,05

¹³ Adhitya Herlambang, “ Analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas “. Skripsi (Fakultas ekonomi dan bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

- a. Jika nilai *Deviation from Linierity Sig.* $> 0,05$ maka ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
 - b. Jika nilai *Deviation from Linierity Sig.* $< 0,05$ maka tidak ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
- 2) Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel
- a. Jika nilai F hitung $< F$ tabel, maka ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
 - b. Jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka tidak ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.¹⁴

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda

¹⁴ SPSSIndonesia.com Diakses pada Tanggal 12 Maret 2019 Pukul 09.53

jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan lebih dari satu yang memengaruhi satu variabel tak bebas (*dependent*).

Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:¹⁵

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Nasabah

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel X₁

b₂ = Koefisien regresi variabel X₂

b₃ = Koefisien regresi variabel X₃

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Promosi

X₃ = Harga

e = Tingkat eror, tingkat kesalahan

3) Pengujian Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Uji signifikansi t digunakan untuk mengetahui apakah variable bebas (X) secara parsial (sendiri) berpengaruh signifikan terhadap variable (Y). namun, jika yang ingin diketahui adalah pengaruh

¹⁵ Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: Kencana, 2013) Hal. 301

variable bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variable terikat maka hal ini disebut dengan uji F.

Dasar pengambilan keputusan untuk Uji t Parsial dalam Analisis Regresi :

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{table}$ maka variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{table}$ maka variable bebas tidak berpengaruh terhadap variable terikat.

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS :

- 1) Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka variable bebas berpengaruh signifikan terhadap variable terikat
- 2) Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka variable bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variable terikat.¹⁶

b. Uji F (simultan)

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model (Uji Anova), yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik (signifikan) atau tidak baik (non signifikan).

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji F berdasarkan nilai F hitung F table :

¹⁶ SPSSIndonesia.com Diakses pada Tanggal 20 Februari 2019 Pukul 13.15

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{table}$ maka variable independent (bebas) secara simultan berpengaruh terhadap variable dependent (terikat).
- 2) Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} < F_{table}$ maka variable Independen (bebas) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variable dependent (terkait).¹⁷

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji F berdasarkan nilai signifikansi hasil dari output SPSS :

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variable independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka variable independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.¹⁸

¹⁷ SPSSIndonesia.com Diakses pada Tanggal 20 Februari 2019 Pukul 13.35

¹⁸ SPSSIndonesia.com Diakses pada Tanggal 20 Februari 2019 Pukul 13.45