

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Metode kuantitatif ialah sebuah jenis penelitian yang prosesnya sistematis dan teratur secara jelas dari awal sampai dengan penentuan desain penelitian yang akan dipakai.³¹ Selain menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini juga memakai desain korelasional yang tujuannya untuk mengetahui hubungan sebuah variabel dengan koefisien korelasional dan signifikansi secara statistik.³² Maksud dari penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan sekaligus menganalisa mengenai pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan modal usaha barokah (Studi Kasus BMT UGT Nusantara Cab.Pare).

B. Definisi Operasional

1. Variabel Bebas (Independen Variable / X).

Variabel bebas dapat diartikan kumpulan dari seluruh gejala yang memiliki aneka aspek atau unsur yang berfungsi untuk mempengaruhi serta menentukan munculnya variable lain. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini ialah promosi dan harga.

31 Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015). 17

32 Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009). 56

Promosi adalah salah satu variabel di dalam mix marketing yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan jasa maupun barang. Promosi mengambil peran penting dalam menghubungkan jarak antar pemroduksi dengan pengonsumsi. Aktivitas promosi tidak dapat dilakukan secara sembarangan karena memengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Di bawah ini merupakan indikator-indikator dalam promosi (X1):

Tabel 3.1
Operasional Variabel Promosi (X1)

Variabel	Definisi	Indikator
Promosi (X1)	promosi merupakan suatu komunikasi pemasaran, artinya kegiatan pemasaran yang berupaya menyebarkan informasi, membujuk, atau mengingatkan pasar target atas perusahaan serta produknya agar konsumen bersedia menerima, membeli serta loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan	Jangkauan Promosi
		Kuantitas Promosi
		Kualitas Promosi
		Waktu Promosi

(Sumber : Sumarwan dalam skripsi Muhammad Ramadhan Sembiring)

Menurut Fandy Tjiptono, pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang di maksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Berikut ialah indikator harga (X2):

Tabel 3.2
Operasional Variabel Harga (X2)

Variabel	Definisi	Indikator
Harga (X2)	harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga	Keterjangkauan Harga
		Kesesuaian Harga dan Produk
		Daya Saing Harga
		Kesesuaian dengan Manfaat
		Tidak Memberatkan Konsumen

(Sumber : Sumarwan dalam skripsi Muhammad Ramadhan Sembiring)

2. Variabel Terikat (Dependent Variable / Y).

Variabel yang ada akibat atau pengaruh dari variabel lain yang dinamakan dengan variabel terikat dinamakan dengan variabel terikat.³³ Peneliti memutuskan menjadikan keputusan pembelian sebagai variabel terikat dalam penelitian kali ini. Langkah yang diambil seseorang pada saat mengambil keputusan dan pembelian yang terdiri atas penentuan produk tersebut dibeli atau tidak, serta keputusan yang didapat dari kegiatan terdahulu tersebut dengan keputusan pembelian.³⁴ Tjiptono Fandy mengemukakan beberapa indikator dalam keputusan pembelian, diantaranya:

³³ Saifudin Azwar, Metode Penelitian (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hal. 62.

³⁴ Ibid, hal. 225

Tabel 3.3
Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Definisi	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Tahapan ketika seseorang memberi keputusan apakah ia membeli produk dari alternatif-alternatif produk lain yang telah dipertimbangkan serta melewati tahap evaluasi	Kemantapan pada sebuah produk
		Kebiasaan dalam membeli produk
		Kecepatan dalam membeli produk

(Sumber: Tjiptono Fandy dalam skripsi Fasihatul Muslihah)

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sumber data pada sebuah penelitian tertentu dengan total yang tidak sedikit serta tersebar luas. Agar data-data diperoleh dapat mewakili jawaban di sebuah populasi, maka dilakukan pemilihan responden yang cukup untuk mewakili populasi.³⁵ Jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 850 anggota selama tahun 2022 dari BMT UGT Nusantara Cab. Pare Kediri.

Secara umum sampel terbagi menjadi 2 untuk penentuan sampelnya yaitu menggunakan *random sampling* atau acak dan *non random sampling*.³⁶ Penelitian kali ini, pemilihan sampel memakai teknik random sampling. Teknik ini dipilih agar penelitian yang dilakukan bisa menjadi tolak ukur untuk mengestimasi dari sebuah populasi.

Sampel sendiri ialah bagian kecil dari sebuah populasi yang digunakan untuk mendapatkan data. Sampel baik merupakan sampel yang

³⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014). 137-138

³⁶ Ibid. 144

bisa mewakili jawaban sebanyak-banyaknya karakteristik dari sebuah populasi.³⁷ Sampel pada penelitian ini ialah Anggota BMT Nusantara Kantor Cabang Pare Kediri yang penentuannya menggunakan Teknik Slovin yang perhitungannya menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Total banyaknya Responden yang dicari

N = Total Anggota

e = Persentase kelonggaran ketidakpastian karena kesalahan

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

$$n = \frac{850}{1 + 850 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{850}{1 + 850 \times (0,0025)}$$

$$n = \frac{850}{1 + 2,125}$$

$$n = \frac{850}{3,125}$$

$$n = 272$$

Berdasarkan perhitungan rumus slovin diatas, hasil menunjukkan bahwa 272 dari 850 anggota akan dijadikan sampel.

³⁷Ibid. 139

D. Metode Pengumpulan Data

Instrumen dalam proses mengumpulkan data dengan cara menetapkan keberhasilan suatu penelitian dinamakan dengan metode pengumpulan data. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam penelitian kuantitatif diantaranya, metode kuesioner (angket), wawancara, observasi, serta dokumentasi. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan kuisioner (angket) sebagai metode dalam mendapatkan data. Sebuah alat untuk mengumpulkan data yang dapat dilaksanakan dengan memberikan pertanyaan pada responden disebut dengan kuisioner.³⁸

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah suatu alat yang dipilih dan akan dipakai dalam membantu proses penelitian serta proses pengumpulan data yang akan diteliti. Instrumen yang nantinya digunakan kali ini adalah :

1. Studi Pustaka

Peneliti dalam penelitian ini juga mengambil beberapa referensi yang berasal dari beberapa buku, jurnal, literature-literatur yang dinilai relevan dengan topik penelitian agar dapat dipergunakan untuk memperkuat teori dan hipotesis, serta guna mendapatkan kesimpulan yang valid. Peneliti menggunakan metode klarifikasi data sehingga memunculkan sebuah kesimpulan. Sedangkan metode penalaran yang dipakai yakni metode deduktif. Suatu cara dalam melihat suatu permasalahan dengan memberikan pernyataan yang sifatnya umum lalu

38 Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi* (Yogyakarta: CAPS, 2011), 22

selanjutnya menghasilkan kesimpulan yang sifatnya khusus dinamakan dengan metode deduktif.

2. Kuisisioner

Sumber data yang akan dikumpulkan dan dipakai pada penelitian ini ialah menyebarkan dan mengisi kuisisioner yang dilakukan oleh responden sebagai sampel. Sedangkan skala untuk penentuan penilaiannya dengan skala Likert. Likert sendiri cirinya ialah dengan memberikan 5 (lima) pilihan jawaban. Yang mana jawaban yang dipilih nantinya merupakan sebuah penilaian terhadap pertanyaan yang diberikan dalam bentuk kuisisioner.

F. Analisis Data

Pada penelitian ini memakai metode kuantitatif. Maka proses analisis data berfungsi untuk menjawab rumusan masalah yang sudah ditentukan sekaligus menguji hipotesis yang sudah dibuat. Ada tahapan untuk dipakai pada penelitian ini antara lain :

1. *Editing* (Pembersihan Data)

Setelah pengisian kuisisioner oleh responden selesai, data yang sudah ada akan diperiksa kembali dan dilakukan *cross check* kembali untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam proses pengisian data. Proses ini bisa disebut dengan proses *editing*. Tujuan dari proses ini adalah untuk melihat jawaban dari responden apa data yang telah diisi oleh responden benar atau belum, tahap ini dilakukan agar proses penelitian dapat lancar, karena tidak semua jawaban dari responden sudah benar.

2. *Coding dan Categorizing*

Coding ialah pemberian kode untuk setiap data yang ada kedalam sebuah kategori yang sama. Kode merupakan syarat yang digunakan sebagai identitas pada data yang diteliti, biasanya kode ini berbentuk huruf atau angka. Sedangkan *categorizing* merupakan pengelompokan data dari jawaban atas pertanyaan pada kuisisioner ke dalam kelompok variabelnya.

3. *Scoring*

Scoring adalah pemberian nilai atau skor terhadap jawaban dari pertanyaan di kuisisioner yang sudah dijawab dengan benar. Proses ini merupakan penilaian lembar jawaban kuisisioner tiap responden, proses penilaiannya adalah sebagai berikut:

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

4. *Processing*

Processing merupakan kegiatan menghitung dan pengolahan data yang telah didapatkan dengan menggunakan cara statistik. Teknik analisa dalam tahap ini ialah :

- a. Uji Instrumen
 - 1) Uji Validitas

Uji ini dipakai dengan tujuan guna menentukan valid atau tidak validnya alat pengukur yang akan dipakai dalam sebuah penelitian.³⁹ Uji ini digunakan untuk membandingkan r_{tabel} dengan nilai sig. sebesar 5% dari df (*degree of freedom*) yaitu $n - 2$ dimana n merupakan total dari sampel yang digunakan dalam uji ini. Untuk menentukan valid atau tidaknya pernyataan tersebut, maka digunakan ciri-ciri sebagai berikut:⁴⁰

- (a) Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ berarti variabel tersebut valid
- (b) Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ berarti variabel tersebut tidak valid
- (c) Jika $r_{\text{hitung}} >$ dari r_{tabel} tapi hasil negatif, maka H_0 akan ditolak dan H_1 akan diterima

Untuk mengetahui setiap pertanyaan valid atau tidak, teknik yang akan dipakai ialah teknik korelasi *pearson product moment*, sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi *pearson product moment*

x : nilai pada tiap pertanyaan

y : nilai total keseluruhan

n : jumlah keseluruhan responden

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memberi tahukan hasil kestabilan dari alat ukur untuk mengukur gejala dilain waktu. Uji reliabilitas juga dapat diukur

³⁹Prasetyo Bambang dan Lina Miftahul, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008). 171

⁴⁰ Ibid. 172

dengan menggunakan skala *Cronbach's* yaitu dari 0-1 apabila dijabarkan akan seperti:⁴¹

- (a) Besarnya alpha diantara 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- (b) Besarnya alpha diantara 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- (c) Besarnya alpha diantara 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- (d) Besarnya alpha diantara 0,61-0,8 berarti reliabel
- (e) Besarnya alpha diantara 0,81-1,0 berarti sangat reliable

b. Kategorisasi

Tujuan dari kategorisasi jenjang adalah menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur.

Adapun rumus kategorisasi jenjang untuk menentukan lima (5) kategorisasi sebagai berikut:

$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$: Kategori Sangat Rendah

$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$: Kategori Rendah

$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$: Kategori Sedang

$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$: Kategori Tinggi

$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$: Kategori Sangat Tinggi

c. Uji Asumsi Klasik

Uji ini gunanya untuk melihat data yang dipakai melanggar asumsi klasik atau tidak. Cara pengujiannya adalah dengan melakukan uji F, uji t dan adjusted R

41Syafri dan Nuril Huda, "Analisis Faktor Sosial Budaya Dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin)," *Wawasan Manajemen* 1 (2015). 148

squared. Guna memenuhi asumsi klasik, model persamaan regresi yang telah dijabarkan di atas maka dilakukanlah pengujian seperti di bawah ini:

1) Uji Normalitas

Fungsi dari uji ini ialah guna mencari tahu apakah variabel regresi dan variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Uji yang dipakai pada pengujian ini yakni Uji Kormogrov Smirnov. Apabila data memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas. Nilai skewnessnya 0 (nol) dan nilai kurtosis 3 menunjukkan bahwa data normal.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Adapun cara mendeteksi terjadinya autokorelasi secara umum dapat diambil patokan sebagai berikut:

- (a) Angka DW di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- (b) Angka DW diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- (c) Angka DW di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Uji Autokorelasi juga dapat dilakukan melalui Run Test. Uji ini merupakan bagian dari statistik non-parametric yang dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai Asymp. Sig (2-tailed) uji Run Test. Apabila nilai Asymp.Sig

(2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi. Uji run test akan memberikan kesimpulan yang lebih pasti jika terjadi masalah pada Durbin Watson Test yaitu nilai d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$ yang akan menyebabkan tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti atau pengujian tidak meyakinkan jika menggunakan DW test.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini berfungsi untuk mencari tahu model regresi ini apakah terjadi ketidak samaan *variance* dari *residual* sebuah pengamatan yang lain. Model regresi yang tepat ditandai dengan adanya kesamaan *variance* dari sebuah pengamatan dengan pengamatan yang lainnya dinamakan Homoskedastisitas, dan apabila terdapat perbedaan disebut Heteroskedastisitas.

Untuk dasar keputusannya untuk pengujian heteroskedastisitas yang paling akurat adalah dengan menggunakan uji glejser dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Dasar keputusan uji heteroskedastisitas glejser ialah jika nilai signifikansi variabel independen dengan nilai absolut residual $>$ dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁴²

4) Uji Multikolonieritas

Digunakan guna melihat ditemukan hubungan atau tidak antar variabel bebas atau independen.⁴³ Uji dengan tujuan untuk melihat adanya hubungan yang

⁴²Haslinda dan Jamaluddin M, "Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo" (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009). 8

⁴³Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19" (Universitas Diponegoro, 2011). 75-76

linier antar variabel dinamakan dengan Uji multikolinieritas. Dasar keputusan pada uji ini adalah disebut linier apabila nilai VIF > 10 dan nilai tolerance < 0,10.

(a) Uji Regresi Linier Berganda

Analisa ini digunakan apabila variabel independent yang digunakan pada sebuah penelitian berjumlah 2 atau lebih. Uji ini dipakai untuk mencari korelasi antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah tiap-tiap variabel mengalami peningkatan atau penurunan.⁴⁴ Regresi linier berganda memakai rumus di bawah ini :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan :

y = keputusan pembelian (variabel terkait)

x₁ = promosi

x₂ = harga

a = nilai konstanta/perpotongan garis pada sumbu X

b₁b₂ = koefisien regresi variabel X

(b) Uji Hipotesis

(1) Uji F

Digunakan guna melihat adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dalam waktu yang bersamaan.⁴⁵ Berikut tata cara dalam melakukan uji F:

- Penentuan hipotesis

44Atin Yulaifah, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011). 145

45Haslinda dan Jamaluddin M, "Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo." 10

- *Level of signification, $\alpha = 0,05$*
 - Penentuan F_{hitung}
 - Penentuan F_{tabel}
 - Kriteria dan aturan dalam pengujian
- $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} untuk menentukan akankah H_0 ditolak atau diterima.

(2) Uji t

Gunanya sebagai pengujian pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Untuk menguji koefisien hipotesis: $H_0 = 0$. untuk itu, berikut langkah-langkahnya:

- Tentukan terlebih dahulu H_0 dan H_a
- Tentukan Level of Significance (α) = 0,05
- Menentukan t hitung dan membandingkannya dengan t tabel.⁴⁶
- Ttabel terdistribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (diuji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k-1, n ialah total kasus dan k ialah total variable *independent*.
- Menentukan kriteria pengujian
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

(3) Koefisien Determinasi

⁴⁶Ibid. 11

Digunakan untuk menunjukkan sebuah proporsi varian yang bisa diterangkan oleh regresi terhadap variabel total. Perhitungan koefisien determinasi bisa dilakukan dengan memakai rumus berikut :⁴⁷

$$\mathbf{R^2 = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

47 Ibid. 10