

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu “pendekatan yang memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai suatu variabel”.⁵⁵ Penelitian kuantitatif menekankan penelitiannya pada data-data *numerical* (angka) yang dikelola dengan menggunakan metode statistik.⁵⁶ Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang datanya berupa angka-angka yang akan diolah dengan menggunakan metode statistik.

Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian yang menjelaskan tentang sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel mempengaruhi dan mana variabel yang dipengaruhi.⁵⁷

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pernyataan tentang definisi dan pengaruh variabel-variabel di dalam sebuah penelitian secara operasional baik berdasarkan teori yang ada maupun pengalaman empiris yang terjadi

⁵⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 130.

⁵⁶ I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 37.

⁵⁷ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

selama berada di lapangan. Maka dalam penelitian ini peneliti membagi variabel menjadi dua yaitu:

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas atau *independent* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah harga (X_1) dan pelayanan (X_2).

a. Harga (X_1)

Harga adalah atribut suatu produk atau jasa yang paling sering digunakan sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi sebuah produk.⁵⁸ Indikator variabel harga pada penelitian ini adalah:⁵⁹

Tabel 3.1
Indikator Harga

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Harga (X_1)	Keterjangkauan harga	Penetapan harga sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Penetapan harga sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen
	Daya saing harga	Harga jual yang ditetapkan bersaing dengan harga pesaingnya di pasar.
	Kesesuaian harga	Harga yang ditetapkan

⁵⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 369.

⁵⁹ Riyono, Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati", *Jurnal STIE Semarang Vol.8 No. 2*, Juni 2016, 101.

	dengan manfaat	sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh konsumen.
--	----------------	---

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dalam penelitian ini yang dipakai oleh peneliti sebagai indikator variabel harga (X_1) adalah keseluruhan dari indikator pada tabel 3.1 yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

b. Pelayanan (X_2)

Pelayanan merupakan suatu bentuk penyajian, tindakan, dan informasi yang diberikan untuk meningkatkan kemampuan pelanggan atau pengguna jasa dalam mewujudkan nilai potensial yang terkandung dalam produk atau jasa inti yang dibeli pelanggan atau pengguna.⁶⁰ Indikator variabel pelayanan pada penelitian ini adalah:⁶¹

Tabel 3.2
Indikator Pelayanan

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Pelayanan (X_2)	Bukti Fisik (<i>tangible</i>)	Penampilan fisik dalam menunjukkan eksistensinya pada konsumen.
	Keandalan (<i>Realibility</i>)	Kemampuan dapat diandalkan karena memberikan layanan sesuai dengan janjinya.
	Daya Tanggap	Kesigapan atau kecepatan

⁶⁰ Kadar Nurjaman, Khaerul Umam, *Komunikasi dan Public Relation*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 331.

⁶¹ Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan /PT. TOI", *Jurnal Ekonomi*, Vol.7 No. 2, November 2016, 118.

	<i>(Responsiviness)</i>	dalam melayani konsumen baik melalui transaksi maupun keluhan.
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Pengetahuan terhadap produk jasa, keramah tamahan, kesopanan dalam melayani konsumen sehingga konsumen yakin terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
	Empati (<i>Emphaty</i>)	Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dalam penelitian ini yang dipakai oleh peneliti sebagai indikator variabel pelayanan (X_2) adalah keseluruhan dari indikator pada tabel 3.2 yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat atau *dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pengambilan pembiayaan. Pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu tindakan dari konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk ataupun jasa tertentu. Indikator variabel pengambilan keputusan pada penelitian ini adalah:⁶²

⁶² Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan /PT. TOI", Jurnal Ekonomi, Vol.7 No. 2, November 2016, 118.

Tabel 3.3
Indikator Keputusan Pembiayaan

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembiayaan (Y)	Pengenalan kebutuhan	Konsumen menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang timbul dari rangsangan eksternal dan internal.
	Pencarian informasi	Konsumen mencari informasi mengenai suatu produk.
	Evaluasi alternatif	Konsumen menilai atau membandingkan antara satu produk dengan produk yang lain.
	Keputusan pembelian	Pengambilan keputusan oleh konsumen, atau konsumen memilih produk atau jasa yang akan dibeli.
	Perilaku pasca pembelian	Perilaku konsumen setelah memperoleh pengalaman menggunakan produk atau jasa tersebut.

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dalam penelitian ini yang dipakai oleh peneliti sebagai indikator variabel pengambilan keputusan pembiayaan (Y) adalah keseluruhan dari indikator pada tabel 3.3 yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi objek penelitian adalah di Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo Kota Kediri, yang berlokasi di area Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri. Atau tepatnya berada di Jalan Dr. Saharjo RT/RW 11/02 Kelurahan Campurejo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang atau obyek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁶³ Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Dan kemudian akan ditarik suatu kesimpulan darinya.⁶⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Riqki Lirboyo yaitu sejumlah 600 orang nasabah.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian atau cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.⁶⁵ Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena adanya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka

⁶³ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 161.

⁶⁴ Miftahur Rohmah, "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia", *JOM FISIP*, Vol.5 No. 2, Juli - Desember 2018, 8.

⁶⁵ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, 162.

peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *probability sampling* atau disebut juga *random sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara acak. Teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan mencari responden secara acak dari populasi yang ada untuk dijadikan sampel, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan. Atau merupakan suatu metode *sampling* yang setiap anggota populasinya memiliki peluang spesifik dan bukan nol untuk terpilih menjadi sampel.⁶⁶

Dalam penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus dari *Isaac* dan *Michael*:

$$S = \frac{\chi^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \chi^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

S = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

χ^2 = Chi Kuadrat, dengan dk = 1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, dan 10%

d = 0,05

P = Q = 0,5

Dari tabel yang telah dihitung dari rumus *Isaac* dan *Michael* sangat memudahkan penentuan jumlah sampel berdasarkan tingkat

⁶⁶ *Ibid.*,166.

kesalahan 1%, 5%, dan 10%.⁶⁷ Dengan tabel tersebut, peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki.

Jadi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 221 nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo dengan taraf kesalahan 5%.

E. Data dan Sumber Data

Data adalah kumpulan dari sejumlah fakta atau kenyataan yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menarik sebuah kesimpulan.⁶⁸ Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian.⁶⁹ Sedangkan sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh dari data survei, pengamatan, atau eksperimen yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah tertentu yang diselidiki. Data primer ini diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden oleh suatu perusahaan. Hal ini untuk mengetahui bagaimana respon atau tanggapan pengguna jasanya, data yang dihasilkan benar-benar keadaan dari perusahaan tersebut.⁷⁰

⁶⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 86-87.

⁶⁸ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 29.

⁶⁹ M. Burhan Bugin, *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2009), 59.

⁷⁰ Purbaya Budi Santosa, Muliawan Hamdani, *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*, (Jakarta:Erlangga, 2007), 12.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain.⁷¹ Data sekunder ini biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder ini diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga penelitian maupun laporan-laporan, buku-buku, literatur atau profil yang lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dengan pengisian kuesioner oleh responden yang kemudian diperoleh hasil berupa pernyataan mengenai variabel X_1 (harga), X_2 (pelayanan) dan Y (keputusan pengambilan pembiayaan). Oleh karena itu, sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah responden itu sendiri yakni orang yang menjawab pertanyaan dari peneliti yang disebarkan oleh peneliti melalui pengisian kuesioner.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian dari instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Pada penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode, antara lain metode kuesioner (angket), wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Kuesioner (Angket)

Merupakan bentuk alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan, atau seperangkat pernyataan tertulis yang disusun secara sistematis. Kemudian dikirim

⁷¹ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, 33.

dan diisi oleh responden.⁷² Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, peneliti dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.

Dalam penelitian ini, metode angket diberikan kepada nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo dalam rangka menggali data tentang pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan suatu penelitian.⁷³ Instrumen ini disusun berdasarkan dengan operasional dari variabel yang telah dibuat dengan disusun berdasarkan skala yang sesuai.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket. Angket ini akan digunakan sebagai alat untuk mengetahui pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Sebelum pengambilan data dilakukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap daftar pernyataan yang digunakan.

⁷² Umi Faizah, Muhammad Nur Ihwan Afif, Maslihan M.Ali, "Pengaruh Promosi Terhadap Preferensi Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pati)", *Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*, Vol.7 No. 2, Mei 2018, 215.

⁷³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 142.

H. Analisis Data

Analisis data ini dimaksudkan untuk mengolah data yang sudah diperoleh yang terkumpul dan tersusun secara berurutan agar diperoleh data yang objektif melalui analisa statistik untuk menguji hipotesis, adapun langkah analisa data adalah sebagai berikut:

1. Proses *Editing*

Proses ini merupakan tahap awal dalam menganalisis data, yaitu melakukan edit terhadap data yang telah dikumpulkan dari hasil survei lapangan. Tujuan dari proses ini adalah agar data yang nanti akan dianalisis telah akurat, lengkap, dan dapat dilakukan proses selanjutnya (coding dan tabulasi).⁷⁴

2. Proses Pengkodean Data (*Coding*)

Coding atau pengkodean data adalah memberi atau membuat kode-kode pada tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode yang diberikan pada prinsipnya bebas, asal berupa angka.⁷⁵

3. Proses Memberi Skor (*Scoring*)

Scoring adalah memberikan skor-skor terhadap item-item yang perlu diberikan skor. Proses ini memberikan skor pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor, dan pada tiap pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat pilihan, yaitu sebagai berikut:

- a. Jawaban A (sangat setuju) diberi skor 5
- b. Jawaban B (setuju) diberi skor 4
- c. Jawaban C (netral) diberi skor 3

⁷⁴ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, 205.

⁷⁵ *Ibid.*, 207.

d. Jawaban D (tidak setuju) diberi skor 2

e. Jawaban E (sangat tidak setuju) diberi skor 1

4. Penyusunan Tabel (*Tabulating*)

Tabulating data adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberikan kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara yang teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan seberapa banyak peristiwa atau item yang termasuk dalam suatu kategori.

5. *Processing*

Processing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik. Pada tahap ini menggunakan bantuan program SPSS dengan menggunakan analisis statistik. Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang telah dihasilkan dari penelitian lapangan. Sehingga akan dapat ditarik kesimpulan. Teknik analisis dalam *processing* adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Suatu instrumen baru dapat dipergunakan dalam penelitian apabila telah dinyatakan valid. Validitas merujuk kepada sejauh mana suatu uji dapat mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur. Sedangkan cara menguji validitas adalah dengan mengukur

korelasi antara butir-butir pernyataan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.⁷⁶

Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item maka teknik yang digunakan untuk menganalisis hubungan harga (X_1) dan pelayanan (X_2) dengan keputusan pengambilan pembiayaan (Y) adalah dengan teknik analisa korelasi pearson product moment:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson product moment

x = Skor setiap pertanyaan/item

y = Skor total

n = Jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Ada beberapa metode pengujian reliabilitas di antaranya metode tes ulang, formula Flanagan, Croanbach's Alpha, metode formula KR (Kuder-Richardson) – 20, KR– 21, dan metode Anova Hoyt. Metode yang sering digunakan dalam penelitian adalah metode Croanbach's Alpha. Metode ini sangat cocok digunakan pada

⁷⁶ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, 128.

skor dikotomi (0 dan 1) dan akan menghasilkan perhitungan yang setara dengan menggunakan metode KR-20 dan Anova Hoyt.⁷⁷

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Berikut ini formula yang dapat digunakan untuk menghitungnya:

$$rtt = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \left[\frac{\sum \delta^2 b}{\sum \delta^2 t} \right] \right]$$

Keterangan:

Rtt = koefisien reliabilitas instrument (total tes)

K = banyaknya butir pertanyaan yang sah

$\sum \delta^2 b$ = jumlah varian butir

$\sum \delta^2 t$ = varian skor total

Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 23. Kriteria kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁷⁸

- a. Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- b. Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- c. Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliabel
- e. Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel.

⁷⁷ Dian Ayunita N.N. Dewi, *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas*, (Universitas Diponegoro: Oktober 2018), 2.

⁷⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini memiliki tujuan apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah ketika memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil.

Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk melihat data terdistribusi secara normal atau tidak dapat dilihat dengan berbagai cara diantaranya adalah dengan melihat nilai skewnes ataupun nilai kurtosis. Pada data yang berdistribusi normal memiliki skewnesnya 0 (nol)⁷⁹ dan memiliki nilai kurtosis = 3.⁸⁰

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas, ada atau

⁷⁹ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, 227.

⁸⁰ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, 250.

tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸¹

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah model regresi terjadi korelasi antara periode t dengan periode *cros section* sebelumnya ($t-1$). Jika terjadi korelasi maka diidentifikasi terjadi masalah autokorelasi. Gejala autokorelasi menyebabkan hasil regresi tidak efisien karena varian atau standart *error of estimate* tidak menjadikan tes signifikan tidak akurat, namun hasil regresi tetap tidak bisa. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam penelitian ini dengan menggunakan *Durbin-Watson*. Secara garis besar tolak ukur untuk menyimpulkan adanya autokorelasi atau tidak adalah sebagai berikut:

- 1) Jika DW lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika DW terletak antara d_u dan $(4-d_l)$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat autokorelasi.
- 3) Jika DW terletak antara d_l dan d_u atau antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

⁸¹ Haslinda, Jamaluddin M, "Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo", Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban, Vol.2 No. 1, Juli 2016, 8.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat, adapun rumusnya:⁸²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembiayaan)

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

X₁ = Variabel bebas (harga)

X₂ = Variabel bebas (pelayanan)

5. Uji Korelasi Berganda

Korelasi adalah istilah yang ada di statistik yang menyatakan derajat hubungan linier antara dua variabel ataupun lebih. Hubungan antara dua variabel di dalam teknik korelasi bukanlah dalam arti hubungan sebab akibat (timbang balik), melainkan hanya merupakan hubungan searah saja. Korelasi *Pearson Product Moment* berguna untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel satu dengan yang lainnya. Untuk menyatakan besarnya sumbangan dari

⁸² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 284.

variabel satu terhadap yang lainnya yang dinyatakan dalam persen.⁸³

Rumus untuk mengetahui pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan adalah sebagai berikut:

$$R_{x_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2 \cdot r_{x_1y} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Keterangan:

$R_{x_1x_2}$ = korelasi ganda (*multiple correlate*)

r_{x_1y} = korelasi *Product Moment* antara X_1 dan Y

r_{x_2y} = korelasi *Product Moment* antara X_2 dan Y

$r_{x_1x_2}$ = korelasi *Product Moment* antara X_1 dan X_2

X_1 = variabel bebas (harga)

X_2 = variabel bebas (pelayanan)

Y = variabel terikat (keputusan pembiayaan)⁸⁴

⁸³ Umi Faizah, Muhammad Nur Ihwan Afif, Maslihan M.Ali, "Pengaruh Promosi Terhadap Preferensi Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pati)", 218.

⁸⁴ Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 238.

Tabel 3.4
Interpretasi Koefisien Korelasi⁸⁵

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

6. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisien regresi. Jika suatu koefisien regresi signifikan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variabel *dependent*. Untuk menguji koefisien hipotesis: $H_0 = 0$. untuk itu langkah yang digunakan untuk menguji hipotesa tersebut dengan uji t adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan H_0 dan H_a
- b. Menentukan *Level of Significance*

Level of Significance yang digunakan sebesar 5% atau $(\alpha) = 0,05$

- c. Menentukan nilai t (t hitung)

⁸⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 184.

Melihat nilai t hitung dan membandingkannya dengan t tabel.

86

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{sb}$$

Dimana:

b = koefisien regresi

sb = *standart error of regression*.

d. T_{tabel} terdistribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (diuji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$, n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel *independent*.

e. Menentukan kriteria pengujian

- Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} \geq -t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima
- Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} \leq -t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

7. Uji F

Uji F ini untuk melihat tingkat signifikansi, variabel *independent* tidak secara individu mempengaruhi variabel *dependent*, melainkan secara bersama-sama. Artinya dengan tingkat kepercayaan tertentu, variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* secara serentak atau bersama-sama.⁸⁷ Berikut adalah langkah-langkah pengujiannya:

a. Menentukan hipotesis nihil dan alternatif

⁸⁶ Haslinda, Jamaluddin M, "Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo", 11.

⁸⁷ *Ibid.*, 10.

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel harga dan pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan.

$H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel harga dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan.

b. *Level of significant* $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan (dk1) : k-1 dan derajat kebebasan (dk2) : n-k

Derajat kebebasan (dk) : n-k

F tabel = $\alpha = 0,05$; (dk1) ; (dk2)

c. Kriteria dan aturan pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

d. Kesimpulan

Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat ditentukan H_0 diterima atau ditolak.

8. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R) pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Secara umum dikatakan bahwa r^2 merupakan kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai *predictor* dan variabel yang memberikan *response*. Koefisien determinasi dalam analisis regresi biasanya dijadikan

dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁸⁸

Dalam penelitian ini, perhitungan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas X_1 (harga) dan X_2 (pelayanan) dalam menjelaskan variabel terikat Y (keputusan pengambilan pembiayaan). Kriteria pengujian $r^2 = 0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika r^2 semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

$$\text{Rumus : } R = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi⁸⁹

⁸⁸ *Ibid.*, 10.

⁸⁹ Umi Faizah, Muhammad Nur Ihwan Afif, Maslihan M.Ali, "Pengaruh Promosi Terhadap Preferensi Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pati)", 220.