

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada Koperasi Simpan Pinjam Rasa Mandiri Desa Wlingi Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur. Waktu pelaksanaan penelitian yaitu pada 21 juli 2017 – 27 juli 2017.

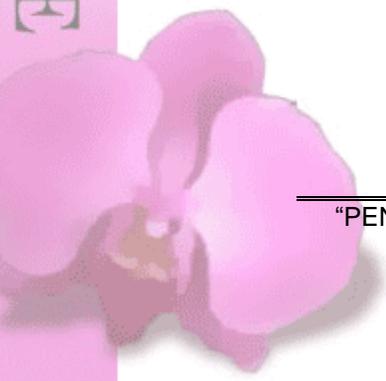
#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian pedekatan kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti gejala populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian sebagai pengumpulan data yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Semakin besar sampel, maka semakin mencerminkan populasi hasilnya. Adapun jika dilihat dari karakteristiknya, penelitian ini termasuk pada penelitian kausal komparatif, yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih.

Penelitian menggunakan jenis data primer yang merupakan data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yaitu dari peninjauan ke objek penelitian atau responden. Penelitian ini menggunakan survei untuk memperoleh data atau informasi. Survei merupakan studi yang bersifat kuantitatif yang digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu, yang pada umumnya menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data atau informasi.

#### C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian ditarik kesimpulannya.



Dalam penelitian ini terbagi menjadi dua macam variabel yaitu:

1. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pengambilan Kredit (Y).

2. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Marketing Mix (X1-X6), faktor pribadi (X7).

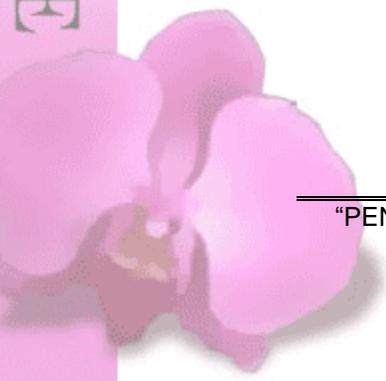
#### **D. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yang terdiri dari satu variabel dependen dan variabel independen. Definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut yaitu:

1. Keputusan Pengambilan Kredit (Y)

Keputusan pengambilan kredit adalah suatu proses pengambilan keputusan kredit dari beberapa alternatif yang ada setelah melalui beberapa tahapan proses dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Indikator-indikator keputusan pengambilan kredit yang dilakukan oleh nasabah yaitu:

- a. Persepsi melihat kinerja karyawan
- b. Kepuasan akan kredit yang ditawarkan
- c. Penyediaan informasi pada saat diminta
- d. Kepercayaan terhadap kelompok acuan
- e. Pertimbangan pelayanan



## 2. Marketing Mix

Konsep marketing mix merupakan salah satu konsep dalam pemasaran modern pada saat sekarang ini. Dimana konsep tersebut adalah salah satu kegiatan pemasaran yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mengejar maksimum profit

Indikator-indikator keputusan pengambilan kredit yang dilakukan oleh nasabah yaitu:

- a. *Product* (X1)
- b. *Price* (X2)
- c. *Place* (X3)
- d. *Promotion* (X4)
- e. *People* (X5)
- f. *Process* (X6)

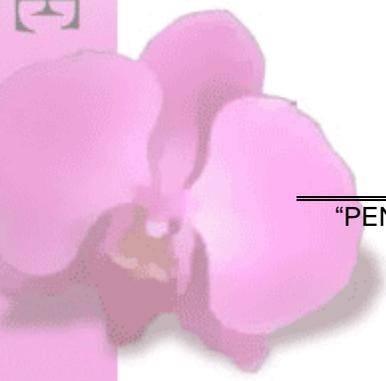
## 3. Perilaku Konsumen

- a. Faktor Pribadi (X7)

## E. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

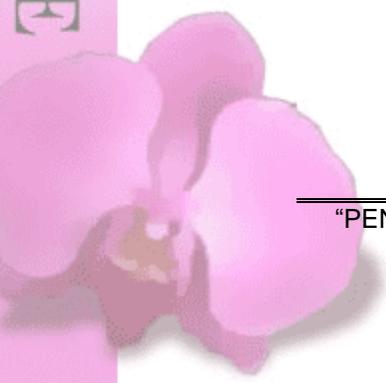
Populasi adalah sekumpulan objek yang mempunyai karakter yang sama, populasi juga bisa didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini populasinya adalah jumlah keseluruhan para nasabah yang mengambil kredit di KSP Rasa Mandiri Kecamatan Wlingi yaitu sebesar 340 nasabah.



## 2. *Sampel*

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan prosedur tertentu. Besarnya sampel dapat ditentukan dengan kepentingan penelitian yang akan dilakukan sehingga jumlah sampel yang diambil dapat mewakili dari populasi yang ada. Sampel yang digunakan yaitu sejumlah 100 responden. Yang perlu diperhatikan dalam Penentuan Ukuran Sampel ada dua hal yang menjadi pertimbangan dalam menentukan ukuran sample. Pertama ketelitian (presisi) dan kedua adalah keyakinan (confidence). Ketelitian mengacu pada seberapa dekat taksiran sampel dengan karakteristik populasi. Keyakinan adalah fungsi dari kisaran variabilitas dalam distribusi pengambilan sampel dari rata-rata sampel. Variabilitas ini disebut dengan standar error, disimbolkan dengan  $S_x$ . Semakin dekat kita menginginkan hasil sampel yang dapat mewakili karakteristik populasi, maka semakin tinggi ketelitian yang kita perlukan. Semakin tinggi ketelitian, maka semakin besar ukuran sampel yang diperlukan, terutama jika variabilitas dalam populasi tersebut besar. Sedangkan keyakinan menunjukkan seberapa yakin bahwa taksiran kita benar-benar berlaku bagi populasi. Tingkat keyakinan dapat membentang dari 0 – 100%. Keyakinan 95% adalah tingkat lazim yang digunakan pada penelitian sosial / bisnis. Makna dari keyakinan 95% ( $\alpha$  0.05) ini adalah “setidaknya ada 95 dari 100, taksiran sampel akan mencerminkan populasi yang sebenarnya”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian yaitu menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode judgement sampling (purposive sampling). Judgement sampling atau purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yang artinya teknik pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan



dengan cara dipilih terlebih dahulu dalam hal ini sampel di ambil khusus pada KSP Rasa Mandiri yaitu sebanyak 100 orang.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data antara lain :

1. Kuisisioner, Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer, merupakan data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yaitu dari peninjauan ke objek penelitian atau responden. Data tersebut diperoleh dengan kuisisioner yang dibagikan kepada nasabah sebagai responden. Kuisisioner merupakan pengumpulan data dengan cara menyusun daftar pertanyaan secara tertulis yang kemudian dibagikan kepada responden untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini kuisisioner tersebut digunakan untuk memperoleh data tentang Pengaruh Marketing Mix dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit. Pemberian nilai terhadap jawaban pertanyaan pada kuisisioner menggunakan skala Likert (Sugiyono, 2001: 33). Pengukuran variabel, dilakukan dengan teknik penskalaan, setelah data primer diperoleh, maka semua jawaban dari kuisisioner yang masih bersifat kualitatif harus dikuantitatifkan dengan memberi bobot pada semua jawaban dengan skala Likert 5 butir mulai 1 sampai dengan 5 di kedua ekstremnya untuk menunjukkan tingkat pengaruh dari sangat rendah sampai sangat tinggi. Meranking faktor-faktor dominan dengan menggunakan indeks dan nilai varian. Nilai indeks tinggi memberikan nilai peringkat lebih atas dan seterusnya. Pemberian nilai dan kategori jawaban pada tiap-tiap pertanyaan dalam kuisisioner adalah sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju : Skor 5
- b. Setuju : Skor 4

- c. Netral : Skor 3
- d. Tidak Setuju : Skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju : Skor 1

2. Study Pustaka, penelitian ini memerlukan literatur-literatur yang relevan untuk mendapat landasan teori yang digunakan dalam pemecahan masalah.

### G. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Interval skala *likert* tersebut yang digunakan menunjukkan nilai atau skor sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala *Likert*:

No.	Item	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat ukur yang menghasilkan informasi dalam melakukan penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada nasabah untuk memperoleh informasi mengenai variabel Keputusan Pengambilan Kredit, Marketing Mix dan Perilaku Konsumen.

## I. Teknik Analisis Data

Sebelum melakukan uji statistik lebih lanjut, maka diperlukan pengujian alat ukur penelitian. Pengujian yang pertama dilakukan validitas dan reabilitas kuisioner yang meliputi pengaruh Marketing Mix dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit. Hipotesa tidak akan menghasilkan kesimpulan yang benar jika alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data tidak valid dan reliable, maka kesimpulan yang dihasilkan dalam uji hipotesa menjadi salah (tidak tepat).

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan Sebuah alat ukur dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat. Uji validitas dilakukan dengan *Corrected Item-Total Correlation* yaitu melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel (membandingkan nilai Corrected ItemTotal Correlation dengan hasil perhitungan r tabel)

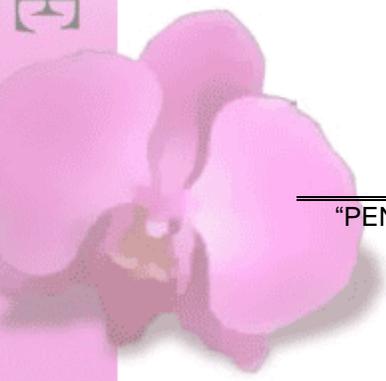
### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu instrumen yang dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena menunjukkan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dengan menggunakan formulasi Cronbach Alpha pada Software SPSS yang selanjutnya disebut koefisien alpha. Secara umum kriteria reliabilitas alpha dikatakan reliabel jika koefisien alpha lebih besar dari 0,60.

## J. Metode Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam penelitian memiliki sebaran distribusi normal atau tidak (Imam



Ghozali, 2011: 160). Uji ini perlu dilakukan karena semua perhitungan statistik parametrik memiliki asumsi normalitas sebaran.

- b. Uji linearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian memiliki hubungan yang linier, serta untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.
- c. Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.
- d. Uji multikolinieritas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Analisis linear berganda

Analisis regresi linier sederhana merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya satu terhadap satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk menjawab hipotesis. Langkah-langkah dalam melakukan analisis ini yaitu sebagai berikut:

Persamaan regresi linier berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

### b. Uji T

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi konstanta dan

variabel bebas dengan satu variabel terikat yaitu dengan rumus:

$$t = \frac{r(\sqrt{n-2})}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

= t hitung

= Koefisien korelasi

= Jumlah sampel

Harga t hitung kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel pada taraf signifikansi 5%. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara individual. Sebaliknya, apabila t hitung lebih kecil dari t tabel berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual. Jadi berdasarkan nilai signifikansinya yaitu 5%, apabila tingkat signifikansi yang diperoleh lebih dari 5% maka hipotesis ditolak, sebaliknya apabila tingkat signifikansinya berada diantara 0-5% maka hipotesis diterima.

### c. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji adanya pengaruh secara simultan atau serempak dengan signifikan antara variabel bebas yaitu pada Marketing Mix 1.*Product* (X1) 2.*Price* (X2) 3.*Place* (X3) 4.*Promotion* (X4) 5.*People* (X5) 6.*Process* (X6), Perilaku Konsumen 7. Faktor Pribadi (X7) terhadap keputusan nasabah mengambil kredit. Hasil uji F digunakan sebagai alat untuk menyimpulkan apakah hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima atau ditolak

d. *Korelasi determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)*

Perhitungan koefisien determinasi berganda ini merupakan untuk mengetahui besarnya *product, price, place, promotion, people, process* dan faktor pribadi terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit.

Dapat dihitung dengan rumus :

$$R^2 = \frac{SSreg}{Total\ ss}$$

Keterangan :

R<sup>2</sup> = koefisien determinasi berganda

SSreg = *sum of squares regression* (jumlah regresi kuadrat)

SS = *sum of squares* (jumlah kuadrat)

