

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari obyek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya.⁵⁰ Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan lain.⁵¹

3.2. Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang di peroleh di lokasi penelitian.⁵² Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.2.1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).⁵³ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm. 17

⁵¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, hlm. 12

⁵²Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2005, h. 119.

⁵³Nur Indriantoro, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*, Yogyakarta: BPF, cetakan kedua 2002, hlm. 146.

kepada para nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang menggunakan pembiayaan *murabahah*.

3.2.2. Data Sekunder data

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari sumber sekunder, misalnya : literatur, jurnal atau data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁴ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan *murabahah* pada BPRS Mitra Harmoni Semarang yang berjumlah 627 nasabah.

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁵ Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel acak (*probabilitas sampling*) yaitu metode pemilihan sampel, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁵⁶ Dalam teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *probabilitas sampling* (sampel acak) karena peranan nasabah sama dalam mewakili populasinya, di samping itu untuk mempermudah dalam menentukan sampel yang mudah ditemui. Responden yang dipilih adalah nasabah BPRS Mitra Harmoni yang

⁵⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 80.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2011, hlm. 120.

⁵⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 137.

menggunakan pembiayaan *murabahah* karena nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah* tidak ada yang mengundurkan diri sejak tahun 2010 sampai 2012, justru dari tahun ke tahun mengalami kenaikan.

Cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Yang dimaksud dengan *convenience* yakni metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pemilihan anggota populasi yang mudah di akses untuk memperoleh jawaban atau informasi. Pengambilan sampel diperoleh berdasarkan rumus *slovin*.⁵⁷

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 2%.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kelonggaran 10%, sehingga didapat jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{627}{1 + 627 \cdot 0,1^2}$$

$$n = 86$$

Untuk memudahkan peneliti dalam pengolahan data maka peneliti membulatkan sampel dari 86 menjadi 90 sampel.

⁵⁷*Ibid*, hlm. 141.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

a) Metode angket (kuesioner)

Angket (kuesioner) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dan diajukan kepada responden untuk memperoleh data yang berupa jawaban dari responden yang diteliti.⁵⁸ Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Mitra Harmoni yang menggunakan pembiayaan *murabahah*.

Jumlah pertanyaan yang ada dalam angket diambil dari masing-masing item yang diperoleh dari masing-masing indikator variabel, baik variabel independen (bauran promosi dan citra merek syariah) maupun variabel dependen. Angket diberikan langsung kepada responden dengan tujuan agar lebih efektif dan efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah memberi penjelasan berkenaan dengan pengisian angket tersebut.

Instrument yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian dengan menggunakan skala likert 5 poin.⁵⁹ Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

⁵⁸Uma Sekaran, *Research Method for Business*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 36

⁵⁹Bambang Prastyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 65

- Sangat setuju (SS) = 5
- Setuju (S) = 4
- Netral (N) = 3
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

b) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, transkrip, buku dan sebagainya.⁶⁰ Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi.

3.5. Variabel penelitian Dan Pengukuran

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik penelitian.⁶¹ Obyek penelitian yang dimaksud adalah nasabah yang melakukan pembiayaan *murabahah* pada BPRS Mitra Harmoni Semarang. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independent yang terdiri dari (X₁) adalah bauran promosi dan (X₂) adalah citra merek syariah. Sedangkan variabel dependent (Y) adalah minat nasabah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini:

⁶⁰Suharsimi Arikunto, *op.cit.*, hlm. 231

⁶¹Ibid, hlm. 99

Variabel Independent	Konsep Variabel	Indikator
Bauran Promosi	Suatu perilaku penggunaan yang optimal atas sejumlah elemen-elemen yang kemudian elemen – elemen tersebut digabungkan sehingga tujuan suatu perusahaan dapat tercapai (Philip Kotler, 2002)	a. periklanan b. promosi penjualan c. hubungan masyarakat d. penjualan personal (Lamb, Charles, dkk, 2001)
Citra merek syariah	Citra merek yang mencerminkan karakter yang sesuai dengan prinsip syariah (Hermawan K. Dan M.Syakir S.)	a. sesuai dengan prinsip syariah b. tidak ada riba dan <i>gharar</i> c. kejujuran d. keadilan (Hermawan K. Dan M.Syakir S.)
Variabel Dependent	Konsep Variabel	Indikator
Minat Nasabah	Sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu itu berguna dan bermanfaat maka ia akan menjadi berminat.	a. Dari dalam individu sendiri b. Informasi yang didapat dari orang lain c. Motif Sosial d. Faktor Emosional (Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul

		Wahab,2001)
--	--	-------------

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda. Akan tetapi sebelum analisis ini dilakukan terlebih dahulu dilakukan analisis validitas dan reliabilitas data.

3.6.1. Uji validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan teknik analisis data digunakan dulu uji validitas dan reliabilitas yaitu untuk mengukur valid tidaknya kuesioner.

3.6.1.1. Uji Validitas

Dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrument alat ukur telah menjalankan fungsi ukurannya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel dalam penelitian ini telah benar-benar mengukur apa yang ingin diukur, maka metode yang digunakan adalah korelasi *product moment pearson*.⁶² Setiap indikator valid apabila nilai r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel. Untuk menentukan nilai r

⁶²Toni Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: Penerbit Universitas Atma jaya, 2009, hlm. 113.

hitung, dibantu dengan program SPSS yang dinyatakan dengan nilai *corrected Item Total Correction*.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value*. Pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikan 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi *product moment* lebih besar dari *critical value*, maka instrument dinyatakan valid dan sebaliknya.

3.6.1.2. Uji Reliabilitas

Adalah uji kepercayaan terhadap instrument. Suatu instrument dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian dari instrument tersebut menunjukkan hasil yang tepat. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur, jika digunakan dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, maka hasil pengukuran dianggap sudah dapat dipercaya. Untuk mengetahui reliabilitas hasil ukur dapat dilakukan dengan melihat nilai *cronbach alpha*.⁶³

Dalam melakukan uji reliabilitas ini dengan memasukkan data yang ada kedalam program SPSS pada komputer. Sehingga akan muncul angka-angka yang merupakan hasil dari uji reliabilitas tersebut. Instrumen untuk mengukur masing-

⁶³*Ibid*, hlm. 109.

masing variabel dikatakan valid jika memiliki cronbach Alpha $> 0,60$.⁶⁴

3.6.2. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

Dalam menganalisis data secara kuantitatif dapat digunakan beberapa pengujian sebagai berikut:

3.6.2.1. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Cara yang dapat digunakan untuk menguji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi memenuhi asumsi normalitas.⁶⁵ Untuk mengujinya digunakan *normal probability plot* yang apabila grafik menunjukkan penyebaran data yang berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik selayaknya tidak terjadi

⁶⁴Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. GramediaPustaka, 2000, hlm 135.

⁶⁵Ibid, hlm, 147.

multikolinieritas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah:

1. Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi diatas 0,90 maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinieritas.
2. Nilai R_2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi tetapi secara individu variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
3. Dengan melihat VIF, jika $VIF < 10$ maka tingkat kolonieritas dapat ditoleransi.
4. Nilai *eigenvalue* sejumlah satu atau lebih variabel bebas mendekati nol berarti memberikan petunjuk adanya multikolinieritas.⁶⁶

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual data yang ada. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas yaitu varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain adalah tetap. Salah satu cara untuk melihat adanya problem heteroskedastisitas

⁶⁶*Ibid*, hlm. 119

denga melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Sedangkan cara menganalisisnya yaitu dengan:

1. Apakah titik titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit, jika terjadi maka mengindikasi terdapat heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 10 pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶⁷

3.6.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis ini digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian kuantitatif dengan menggunakan kata-kata, adapun prosesnya yaitu data kuantitatif yang telah dikumpulkan diolah dengan rumus-rumus statistik yang sudah disediakan manual maupun menggunakan jasa komputer, lalu data tersebut diklasifikasikan menjadi dua kelompok data yaitu data kuantitatif yang berbentuk angka-angka dan data kualitatif yang dinyatakan dalam kata-kata atau symbol.⁶⁸

3.6.3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (Bauran promosi (X_1) dan Citra

⁶⁷ *Ibid*, hlm. 124-125.

⁶⁸ Suharsimi Arikunto, loc. cit., hlm. 213

merek syariah (X_2) dengan variabel dependen (Minat (Y)). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan rumus:

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

Variabel dependen adalah:

Y = minat nasabah

Variabel independen adalah:

X_1 = bauran promosi

X_2 = citra merek syariah (*brand image syariah*)

a = konstanta

$b_1 - b_2$ = koefisien regresi dari X_1 dan X_2

e = variabel gangguan

Untuk melakukan regresi linier berganda dengan uji signifikansi, yaitu dengan alat uji T-test dan F-test.

1) T-test (Uji Parsial)

T-test untuk menguji pengaruh secara parsial yaitu untuk mengetahui apakah bauran promosi dan citra merek syariah berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Rumusan hipotesisnya:

$H_0: P = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

$H_a: P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Menurut kriteria P value:

- a) Jika $P (t \text{ hitung}) > 5\%$, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0) atau H_a ditolak, artinya tidak berpengaruh secara parsial antara variabel independen (variabel bauran promosi dan variabel citra merek syariah) terhadap variabel dependen (minat nasabah).
- b) Jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) atau H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.⁶⁹

2) F-test

F-test untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan. Rumusan hipotesis statistiknya:

$H_0: P=0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

$H_a: P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

Menurut kriteria p value:

- a) Jika $P > 5\%$, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0) dan menolak H_a , bahwa bauran promosi dan citra merek syariah tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni.
- b) Jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima H_a ,⁷⁰ bahwa bauran promosi dan citra merek

⁶⁹ *Ibid*, hlm 299.

⁷⁰ Iqbal Hasan, *op.cit*, hlm. 108

syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni.

3) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (Bauran promosi dan citra merek syariah) dalam menerangkan variasi variabel dependen (minat nasabah). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁷¹

⁷¹ Imam Ghozali, *op cit.*, hlm. 87