

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian adalah aktivitas yang bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan. Sementara itu metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan dalam mendapat data maupun informasi terkait yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, dengan kata lain metode penelitian melingkupi proses, prinsip, dan juga prosedur yang diaplikasikan untuk memecahkan suatu permasalahan penelitian.¹ Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian lapangan atau *Field Research* yang mana penelitian dilakukan dengan cara terjun langsung kelokasi penelitian yang menjadi sasaran baik melalui interaksi langsung atau melalui media untuk mendapatkan sumber data.²

Pendekatan penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif sendiri merupakan penelitian yang memfokuskan pengujian teori menggunakan pengukuran variabel penelitian dengan angka dan analisis data dilakukan dengan prosedur statistik. Penelitian kuantitatif digunakan untuk memecahkan dan menjelaskan suatu fenomena agar menjadi terukur.³ Pada penelitian ini penulis menggunakan aplikasi statistik SPSS 24 yang mana digunakan untuk memproses dan menguji data yang sudah diperoleh dengan beberapa metode.

B. *Setting* Penelitian

Setting penelitian yakni jabaran mengenai tempat dan waktu penelitian dilakukan. Penelitian oleh penulis akan dilakukan pada Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Ronggolawe Kudus yang tepatnya berada di Komplek Ruko Ronggolawe No. 17A, Jl. Ronggolawe, Getas Pejaten, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah dan penelitian akan dilaksanakan selama satu bulan dari tanggal 25 November sampai pada tanggal 25 Desember 2022.

¹ Deni Dermawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 127.

² Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publising, 2008), 38 – 43.

³ Ratna Wijayanti, Noviansyah Rizal, dan Riza BahtiarSulistyan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), 10.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi dari suatu objek ataupun subjek yang telah ditetapkan oleh peneliti sesuai karakteristik penelitian.⁴ Subyek pada penelitian ini adalah nasabah Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Ronggolawe Kudus. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Ronggolawe Kudus yang berjumlah 1.200 nasabah.

2. Sampel

Sampel merupakan subset atau bagian dari populasi, yang mencakup beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena penelitian dibanyak kasus tidak memungkinkan peneliti melakukan penelitian terhadap semua populasi.⁵ Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Slovin⁶, sebagaimana berikut ini :

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

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Presentasi eror, atau ketidakteelitian pada pengambilan sampel yang ditoleransi.

Presentasi eror yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 10% dan jumlah populasi yaitu sebesar 1.200, maka berikut perhitungan sampel untuk penelitian ini :

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

$$n = \frac{1.200}{1 + 1.200 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{1.200}{12}$$

$$n = 100$$

Sehingga jumlah sampel yang digunakan menurut perhitungan diatas pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden.

⁴ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 104.

⁵ Ratna Wijayanti, dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 60.

⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002),

D. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan obyek, sifat ataupun kegiatan yang bervariasi sesuai penetapan peneliti dalam melakukan penelitian yang nantinya akan dipelajari dan juga diambil kesimpulan.⁷ Berikut merupakan variabel pada penelitian ini:

1. Variabel Independen (bebas)

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang menimbulkan perubahan atau penyebab terciptanya variabel dependen. Variabel independen (bebas) pada penelitian ini yaitu :

- a. Promosi (X₁)
- b. *Brand image* (X₂)

2. Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang timbul karena terdapat variabel independen. Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini yaitu minat gadai syariah oleh nasabah pegadaian syariah (Y).⁸

E. Variabel Operasional

Variabel operasional yaitu sebuah penjelasan akan variabel dan juga indikator yang digunakan pada penelitian, dibawah ini merupakan penjelasan mengenai variabel yang digunakan pada penelitian ini :

Tabel 3.1
Tabel Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator
Promosi (X ₁)	Promosi merupakan salah satu kegiatan marketing mix yang bertujuan untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan. ⁹	1. <i>Advertising</i> (periklanan)	<ol style="list-style-type: none"> a. Promosi melalui media cetak dan elektronik. b. Desain promosi menarik c. Bahasa yang digunakan mudah

⁷ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2016), 3

⁸ Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), 52

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018), 155-160.

			dipahami
		2. <i>Personal selling</i> (penjualan personal)	<ul style="list-style-type: none"> a. Promosi secara langsung atau tatap muka. b. Memberikan pelayanan terkait kebutuhan teknis.
		3. <i>Sales promotion</i> (promosi penjualan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Promosi melalui pemberian barang. b. Pemberian bonus maupun potongan harga.
		4. <i>Public relation</i> (publisitas)	<ul style="list-style-type: none"> a. Ikut berpartisipasi pada <i>event</i> menarik. b. Mengadakan kegiatan sosial untuk membangun citra yang positif.
<i>Brand Image</i> (X_2)	<i>Brand image</i> atau citra merek yakni penggambaran kembali dari segala persepsi mengenai suatu merek yang terbentuk dari informasi maupun pengalaman konsumen dan/atau	1. <i>Quality</i> (kualitas)	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyediakan produk yang efektif dan efisien. b. Menyediakan produk bermutu tinggi.
		2. <i>Trustworthy</i> (dapat)	a. Perusahaan dapat

	nasabah di masa lampau terhadap sebuah merek. ¹⁰	dipercaya)	menjaga kepercayaan nasabah. b. Produk yang ditawarkan dapat dipercaya.
		3. <i>Usefulness</i> (kegunaan)	a. Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah. b. Produk yang disediakan mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan. c. Perusahaan menyediakan produk yang dapat meningkatkan produktifitas nasabah.
		4. <i>Service</i> (pelayanan)	a. Kecepatan dan ketepatan perusahaan dalam memberi pelayanan. b. Keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan. c. Pelayanan

¹⁰Sunday Ade Sitorus, dkk., *Brand Marketing: The Art of Branding* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 105.

			dalam menanggapi komplain nasabah.
		5. <i>Risk</i> (dampak)	<ul style="list-style-type: none"> a. Nasabah merasakan manfaat dari produk perusahaan. b. Nasabah merasa terbantu dengan produk yang disediakan perusahaan.
		6. <i>Price(harga)</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Harga yang ditawarkan terjangkau. b. Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas.
		7. <i>Image</i> (impresi)	<ul style="list-style-type: none"> a. Nama produk mudah diingat. b. Produk perusahaan memiliki persepsi yang baik. c. Nasabah merasa puas terhadap produk perusahaan.
Minat (Y)	Minat merupakan kesukaan yang ada pada diri seseorang yang mengarah pada	1. <i>Attention</i> (perhatian)	<ul style="list-style-type: none"> a. Nama produk mudah diingat. b. Produk yang

<p>sebuah pilihan tertentu sebagai kebutuhannya, yang selanjutnya diwujudkan dengan tindakan nyata dengan munculnya perhatian terhadap objek dan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan.¹¹</p>		ditawarkan menarik.
	2. <i>Interest</i> (ketertarikan)	<p>a. Nasabah ingin tahu lebih seksama mengenai produk yang ditawarkan.</p> <p>b. Nasabah mencari informasi lebih lanjut mengenai suatu produk.</p>
	3. <i>Desire</i> (keinginan)	<p>a. Mempertimbangkan keuntungan dan kerugian yang didapatkan dari suatu produk.</p>
	4. <i>Action</i> (tindakan)	<p>b. Nasabah membeli produk atau jasa yang ditawarkan.</p> <p>c. Nasabah melakukan pembelian produk atau jasa tambahan.</p>

¹¹Afifi Nur Rahmadi, Budi Heryanto, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kediri", *Jurnal Ekonomi* 1, no.2 (2016): 155.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan oleh peneliti untuk digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Teknik pengumpulan data oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara yaitu metode dengan tanya jawab antara peneliti dan narasumber untuk memperoleh informasi dan jawaban yang menunjang penelitian.¹² Definisi lain dari wawancara yaitu teknik mengumpulkan data penelitian apabila peneliti ingin melakukan studi terlebih dahulu untuk menemukan permasalahan dalam penelitian atau ketika peneliti ingin mengetahui informasi yang lebih mendalam dari responden.¹³

2. Analisis Dokumentasi

Mempelajari dan menganalisis berbagai dokumen seperti halnya catatan harian, gambar data statistik, atau karya monumental yang terjamin kredibilitasnya sebagai pendukung hasil observasi dan wawancara.¹⁴

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan yang disusun oleh peneliti yang bertujuan untuk mengetahui respon dari masyarakat mengenai variabel yang ditanyakan.¹⁵ Dalam penelitian ini, peneliti mengukur kuesioner menggunakan skala likert untuk pengukuran jawaban responden, skala likert yang digunakan sebagai pengukuran adalah sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju, bernilai 5
- b. Setuju, bernilai 4
- c. Netral, bernilai 3
- d. Tidak setuju, bernilai 2
- e. Sangat tidak setuju, bernilai 1

G. Teknik Analisis Data

Berikut ini merupakan teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian yang diolah menggunakan software SPSS versi 24, antara lain :

¹² Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 75.

¹³ Abdul Rahmat, *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner*, (Gorontalo : Ideas Publishing, 2020), 134.

¹⁴ Abdul Rahmat, *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner*, 134.

¹⁵ Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 76.

1. Uji Instrumen

Pada penelitian ini dimana kuesioner yang disebarakan berisikan pertanyaan terstruktur sebagai alat untuk mengumpulkan data responden, disinilah kuesioner menjadi instrumen penelitian. Suatu kuesioner harus diuji kevalidannya dan kekonsistennannya agar dapat digunakan sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan agar nilai kecermatan dari kuesioner selaku instrumen dapat digunakan. Dalam penelitian, kevalidan suatu instrumen dari r hitung $>$ r tabel (dengan nilai signifikansi senilai 0,05) maka instrumen tersebut bisa dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensinya instrumen. Suatu instrumen akan dinyatakan reliabilitas apabila nilai cronbach's $>$ dari r table (dengan nilai signifikansi senilai 0,05).¹⁶

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik biasanya digunakan untuk menilai kehandalan model atau digunakan untuk uji persyaratan suatu analisa. Uji asumsi klasik meliputi :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat penyebaran data apakah tersebar secara normal atau tidak. Penyebaran data uji normalitas dapat dilihat melalui titik yang menyebar pada P-P Plot, dimana dikatakan normal apabila titik yang tersebar masih berada dalam garis diagonal. Selain itu normalitas data dapat dilihat melalui uji Kolomgrov Smirnov dimana apabila nilai penyebaran lebih besar dari nilai signifikan 0,05 maka dapat dikatakan normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui hubungan korelasi antara variabel independen dengan regresi ganda. Diamana apabila nilai korelasi tinggi maka akan terjadi gejala multikolinieritas, hal ini dapat dilihat apabila nilai tolerance kurang dari 0,01. Sedangkan instrumen yang baik adalah yang tidak mengalami gejala multikolinieritas, di katakan tidak mengalami gejala multikolinieritas apabila nilai

¹⁶ Nilda Miftahul Janna "Konsep Uji Validitas dan Realibilitas dengan Menggunakan SPSS" OSF Preprints.

tolerance lebih dari 0,01 dan *Varians Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas ini dilakukan bertujuan untuk melihat penyimpangan yang terjadi pada syarat-syarat uji asumsi. Heteroskedasitas adalah ketidaksamaan varian residual yang secara grafik maupun statistik dapat diuji. Secara grafik, apabila titik-titik menyebar di atas, di bawah, atau di area angka 0, dan tidak membentuk suatu pola tertentu maka model dinyatakan baik. Secara statistik dapat di uji menggunakan uji glejser yang apabila nilai sig lebih besar dari variabel bebas terhadap absolut residual ($\text{sig} > 0,05$) maka tidak ada penyimpangan heteroskedasitas, sedangkan penyimpangan heteroskedasitas dapat terjadi apabila nilai sig $< 0,05$.¹⁷

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan beberapa variabel bebas akan satu variabel terikat. Rumus dari regersi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y = variabel dependen (minat)

α = konstanta

b = koefisien regresi

X1 = variabel independen (promosi)

X2 = variabel independen (*brand image*)

e = residual error

b. Koefisien Determinasi (*Adjust R Square*)

Koefisien determinasi (*Adjust R Square*) digunakan bertujuan untuk melihat kontribusi dari pengaruh variabel terikat dengan variabel bebas. Nilai koefisien determinasi atau *Adjust R Square* yakni 0 sampai 1, apabila hasil nilai R mendekati 0 dapat dikatakan bahwa variabel terikat sangat terbatas dalam menjelaskan variabel bebas dan semakin mendekati angka satu maka kontribusi variabel terikat semakin tinggi.

¹⁷ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptid & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*, (Semarang : Semarang University Press, 2012), 36-38.

- c. Uji F
Uji F digunakan dengan tujuan untuk melihat secara simultan variabel bebas berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui hasil uji F adalah melalui pengamatan hasil signifikansi. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F *table* dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka berarti hipotesis diterima dan artinya secara simultan variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
- d. Uji T
Uji t atau uji parsial merupakan metode menguji dengan cara masing-masing dari variabel bebas terhadap variabel terikat dan beranggapan variabel lain konstan. Apabila nilai eror sebesar 0,05 atau 5% lebih besar dari nilai signifikansi maka secara parsial dapat dikatakan variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan t hitung lebih besar dari t *table* maka variabel bebas (X) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).¹⁸

¹⁸ Agustina Heryati, “Pengaruh Kompensasi dan Beban Kerja Terhadap Royalitas Karyawan di Departemen Operasi” *Jurnal Ecoment Global* 1, No. 2 (2016).