

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Tujuan penelitian studi kasus atau lapangan adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.¹ Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, *brand image* dan inovasi layanan terhadap keputusan anggota menggunakan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus.

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah cara untuk memperoleh ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang dihadapi dan dilakukan secara hati-hati dan sistematis, dan data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka.²

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas, suatu obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³ Populasi (*universe*) merupakan totalitas

¹ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017): 8.

² Toto Syatori dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012): 68.

³ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015): 55.

dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang diteliti sebagai bahan penelitian. Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.⁴ Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*.

Penelitian kali ini populasinya adalah pengguna jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus yang berjumlah 1413 responden selama satu hari. Data diperoleh berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti. Penentuan besarnya atau ukuran sampel menggunakan teknik *probability sampling* yang ditentukan dengan pendekatan Slovin sebagai berikut:⁵

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi dan

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel pengguna jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus adalah:

⁴ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2016): 223.

⁵ Augusty, *Metode*: 227.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1413}{1 + 1413(0.1)^2} \\
 &= \frac{1413}{1 + 14,13} = \frac{1413}{15,13} = 93,39
 \end{aligned}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 93 responden yaitu pengguna jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁶

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu yang beragam atau bervariasi.⁷ Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Disebut juga variabel pengaruh yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain yang tidak terbatas. Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi, *brand image* dan inovasi layanan.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yang sifatnya tidak

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2015): 118.

⁷ Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2018): 9.

dapat berdiri sendiri.⁸ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan penggunaan jasa.

D. Variabel Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Def. Operasional	Indikator	Skala
Promosi (X1)	kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. ⁹	a. Periklanan (<i>Advertising</i>) b. Promosi penjualan (<i>Sales Promotion</i>) c. Hubungan masyarakat dan Publisitas (<i>Public Relation and Publicity</i>) d. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>) e. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	<i>Likert</i>

⁸ Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*: 9.

⁹ Novia Syara Dhevi dan Kasmiruddin, “Pengaruh *Brand Image* dan Promosi terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Penjualan Kamar Hotel Pangeran”, *JOM FISIP*, Vol. 2 No. 2 (2015): 5-6.

<i>Brand Image</i> (X2)	Persepsi konsumen terhadap suatu merek ketika mereka memikirkanya. ¹⁰	a. <i>Recognition</i> b. <i>Reputation</i> c. <i>Brand Loyalty</i>	<i>Liker t</i>
Inovasi Layanan (X3)	Inovasi layanan adalah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempercepat sistem kerja pelayanan perusahaan melalui berbagai kombinasi baru dari faktor-faktor pelayanan yang ada. ¹¹	a. Penggunaan teknologi b. Interaksi dengan pelanggan c. Pengembangan layanan baru d. Sistem pengiriman layanan	<i>Liker t</i>

¹⁰ Ahmad Efendi, dkk, “Pengaruh *Brand Image* dan Inovasi Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Go-Jek di Kota Makassar”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no.1 (2016): 3.

¹¹ Yordan Antanegoro, dkk, “Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, Vol. 1 No.2 (2017): 168.

Keputusan Penggunaan Produk (Y)	Suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan di beli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan selanjutnya. ¹²	a. Pengenalan Masalah b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternatif d. Keputusan Konsumen e. Perilaku pasca pembelian	<i>Likert</i>
---------------------------------------	--	---	---------------

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah metode angket/kuesioner. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode angket atau kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹³ Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon anggota mengenai pengaruh promosi, *brand image* dan inovasi layanan terhadap keputusan anggota menggunakan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus.

Dalam metode angket didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan

¹² Ahmad, dkk, “Pengaruh”: 5.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*: 199.

diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner namun untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan nilai rtabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika rhitung (untuk r tiap butir data dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari r table dan nilai r positif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.¹⁴

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat test (instrumen). Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian/test instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. *Rules of thumb* menyarankan bahwa nilai *cronbach's alpha*

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP Press, 2015): 116.

harus lebih besar atau sama dengan 0,70. Jika nilai *item total correlation* yang kurang dari 0,70, item tersebut dapat dipertahankan jika bila di eliminasi justru menurunkan *cronbach's alpha*.

2. Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Sebelum digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, terlebih dahulu model regresi yang diperoleh dilakukan uji normalitas data dan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal. Caranya adalah dengan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.¹⁵

b. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).¹⁶

¹⁵ Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*: 115.

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*: 105.

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung heteroskedastisitas. Karena data menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot dengan dasar analisis:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada pada pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, setiap titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁷

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel

¹⁷ Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*: 105.

bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 .¹⁸

Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *variance inflation factor* (VIF) di bawah angka 10.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Menurut Ghozali, analisis deskriptif merupakan transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi data responden yang diperoleh dari kuesioner serta penjelasannya sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Statistik deskriptif digunakan sebagai teknik analisis deskriptif yang memberikan informasi deskriptif dari sekelompok data seperti frekuensi, *mean*, minimum, maksimum, dan standar deviasi.¹⁹ Dalam penelitian ini analisis deskriptif terdiri dari dua bagian yaitu, analisis deskriptif responden dan analisis deskriptif variabel penelitian.

¹⁸Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif dan Inferensial* (Kudus: Media Ilmu Press, 2013): 123-125.

¹⁹ Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*: 36.

Menurut Ghozali, statistik deskriptif variabel memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini analisis deskriptif variabel hanya menggunakan *mean*, standar deviasi, maksimum, minimum, dan frekuensi sebagai pengukuran deskriptif dari masing-masing variabel penelitian. Analisis deskriptif ini digunakan untuk mempermudah pemahaman mengenai pengukuran indikator-indikator yang digunakan dalam setiap variabel yang digunakan.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan didalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah teknik statistik melalui koefisien parameter untuk mengetahui regresi yang digunakan dapat diinterpretasikan secara tepat dan efisien.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :²⁰

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Penggunaan jasa

α : Intercept persamaan regresi

b : Koefisien regresi variabel independen

X₁ : Promosi

X₂ : *Brand Image*

X₃ : Inovasi Layanan

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*: 277.

e : koefisien error

b. Uji t Parsial

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.²¹ Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

- $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 < \neq 0$, artinya ada pengaruh bermakna antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengambilan keputusan uji t parsial, dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial jika nilai output SPSS pada kolom *coefficient* untuk melihat t hitung menunjukkan nilai lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan ketentuan t tabel dengan derajat kebebasan = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0.05$.

c. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Adapun langkah pengujian uji F adalah :

²¹ Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*: 74.

- 1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

H_0 ; $b_1 = b_2 = b_3 = 0$ (proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan).

H_1 ; minimal satu koefisien dari $b_1 \neq 0$ (proporsi variasi dalam terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan).

- 2) Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 1%; $df = k$; $n - (k+1)$

- 3) Mengambil keputusan apakah model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Dengan menggunakan kriteria berikut ini, jika H_0 ditolak maka model dapat digunakan karena, baik besaran maupun tanda (+/-) koefisien regresi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat akibat perubahan variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut :

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$; maka H_0 diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$; maka H_0 ditolak

- 4) kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5$ persen : menolak H_0

Pengambilan keputusan uji F simultan, dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan jika nilai output SPSS pada kolom ANOVA untuk melihat F hitung menunjukkan nilai lebih besar dari F tabel (F

hitung $> F$ tabel) dengan ketentuan F tabel dengan derajat kebebasan pembilang = jumlah variabel bebas dan derajat kebebasan penyebut = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0.05$.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel – variabel dependen. Nilai koefisien adalah antara nol sampai dengan satu dan ditunjukkan dengan nilai *adjusted R²*.²²

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data. R^2 mengukur sebesarnya jumlah reduksi dalam variabel *dependent* yang diperoleh dari pengguna variabel bebas. R^2 mempunyai nilai antara 0 sampai 1, dengan R^2 yang tinggi berkisar antara 0,7 sampai 1.

R^2 yang digunakan adalah nilai *adjusted R square* yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted R square* merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu suatu variabel *independent* ke dalam persamaan.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Untuk mengetahui uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari nilai *adjusted R square* dalam SPSS. Secara sistematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted R square* = 1 sedangkan jika $R^2 = 0$, maka *adjusted R square*

²² Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*: 75.

= $(1-k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka *adjusted R square* akan bernilai negatif.²³



²³Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*: 83.