

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian adalah *field research*, yaitu dilakukan di dalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu. umumnya penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.¹ Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan *kuantitatif*. Pendekatan *kuantitatif* menggunakan data angka dengan berbagai klasifikasi dalam bentuk persentase, frekuensi, nilai rata-rata, dan sebagainya yang diolah secara matematis dengan rumus-rumus statistik. Penelitian ini untuk memperoleh bukti empiris, menguji dan menjelaskan tentang Pengaruh Pengetahuan Anggota, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* di BTH Amanah Kudus.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian berisi tempat dan waktu penelitian dilaksanakan. Tempat dan waktu penelitian merupakan wilayah geografis dan kronologis keberadaan populasi penelitian. Kegiatan sampling dilakukan atas populasi yang di batasi wilayah geografi dan kronologinya. Tempat dan waktu penelitian ditentukan untuk mengetahui batas pemberlakuan generalisasi populasi.² Sebagai misal, penelitian tentang pengaruh pengetahuan anggota, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking (Studi kasus pada Anggota BTH Amanah Kudus). Tahun 2021 ini menjadi waktu dimana penelitian ini dilakukan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah totalitas semua kasus, kejadian, orang, hal, dan lain-lain. Populasi dapat berwujud sejumlah manusia, kurikulum, kemampuan manajemen, alat-alat mengajar, cara mengajar, cara pengadministrasian, kepemimpinan, peristiwa, dan lain-lain. Dengan demikian populasi dapat dikatakan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diduga. Satuan-satuan ini disebut

¹ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), 14.

² Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 240-241.

unit analisis. Unit analisis dapat berupa orang, rumah tangga, tanah pertanian, perusahaan, dan lain-lain. Unit analisis juga disebut elemen dari populasi.³

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh Anggota yang menggunakan aplikasi *mobile banking* yang terdaftar pada BTH Amanah Kudus sebagai responden berjumlah 75 anggota.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki ciri yang sama dengan populasi. Kesamaan ciri sampel dengan populasi induknya menyebabkan sampel merupakan representasi populasi. Dengan kata lain, sampel yang diambil dari populasi bukan semata-mata sebagian dari populasi, tetapi haruslah representatif. Supaya sampel representatif, maka sampel diambil sebagian dari populasi dengan cara tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan. Sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi dengan menggunakan cara tertentu.

Kualitas sampel sangat mempengaruhi kualitas hasil kesimpulan penelitian, karena kesimpulan penelitian atas sampel akan digeneralisasikan kepada populasi.⁴

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan ($\alpha = 10\%$).⁵

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

Dimana :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : persentase ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel.

Sehingga jumlah sampel yang diperlukan adalah:

$$n = \frac{75}{1 + 75 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{75}{2,5}$$

$$n = 30$$

³ Totok Syatori Nasehudin dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV. Pustaka Ceria, 2012), 121.

⁴ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuntitatif*, 243.

⁵ Suliyanto, *Metodolgi Riset Bisnis* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2006), 124.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

**Defenisi Operasional
Operasioanal Variabel Penelitian dan Pengukuran
Variabel**

Variabel	Definisi Operasion al	Indikator	Skala	Referen si
Pengetahua n Anggota (X1)	Pengetahua n merupakan sejumlah pengalama n dan informasi mengenai <i>mobile banking</i> yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahu an produk <i>mobile banking</i>. 2. Pengetahu an pembelian <i>mobile banking</i>. 3. Pengetahu an pemakaia n <i>mobile banking</i>. 	<i>Likert</i>	Sri Yuniarti Vinna (2015)
Persepsi Manfaat (X2)	Persepsi manfaat penggunaa n merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunak an suatu teknologi <i>mobile banking</i> akan meningkatk an kinerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggun akan <i>mobile banking</i> dapat meningka tkan produktiv itas pengguna . 2. Menggun akan teknologi <i>mobile banking</i> dapat meningka 	<i>Likert</i>	Ahamd dan Bambang Setyo Pambud i (2014)

	dari pekerjaannya.	<p>tkan kinerja pengguna</p> <p>3. Menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan efisiensi proses bagi pengguna</p>		
Persepsi Kemudahan (X3)	Persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan <i>mobile banking</i> tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (<i>free of effort</i>).	<p>1. <i>Mobile banking</i> mudah untuk dipelajari dan digunakan.</p> <p>2. Pengguna dapat melakukan pekerjaan dengan lebih mudah.</p> <p>3. Menambah keterampilan bagi pengguna <i>mobile banking</i>.</p>	<i>Likert</i>	Ahmad dan Bambang Setyo Pambudi (2014)
Minat Menggunakan	Minat menggunakan	1. Keinginan untuk	<i>Likert</i>	Siti Rodiah

<p>an <i>mobile banking</i> (Y)</p>	<p>an merupakan suatu keinginan untuk menggunakan an <i>mobile banking</i> dalam melakukan transaksi.</p>	<p>menggunakan an <i>mobile banking</i>. 2. Selalu mencoba menggunakan an <i>mobile banking</i>. 3. Berlanjut menggunakan an <i>mobile banking</i> dimasa mendatang g.</p>	<p>dan Inaya Sari Melati (2020)</p>
-------------------------------------	---	--	-------------------------------------

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukuran dikatakan valid jika alat itu di pakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya. Misalnya meter valid karena dipakai mengukur jarak., timbangan valid karena dipakai mengukur berat dan sebagainya.⁶

Dalam ilmu sosial, sukar mencapai ukuran standar seperti di atas. Hal-hal yang dapat kita amati adalah pernyataan dalam bentuk kelakuan manusia. Misalnya harga diri, cinta kasih, tanggung jawab dan sebaihya. Pada umumnya validitas alat ukur bisa diselidiki dengan statistik dan logika. Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.⁷

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban

⁶ Moh. Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 65.

⁷ Moh. Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis*, 65.

seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk mengukur atau melakukan uji reabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Dan sebaliknya, jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$), maka dikatakan tidak reliabel.⁸

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah sebuah alat pengumpul data yang nantinya data tersebut akan diolah untuk menghasilkan informasi tertentu. pernyataan yang diajukan dalam kuesioner (angket) sebainya mengarah kepada permasalahan, tujuan, dan hipotesis penelitian.⁹

Angket bersifat kooperatif dalam arti responden diharapkan bekerja sama dalam penyelisihan waktu dan menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti secara tertulis sesuai dengan petunjuk-petunjuk yang diberikan.¹⁰

Data yang diperoleh berdasarkan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Teknik skala *Likert* memberikan suatu nilai skala untuk tiap alternatif jawaban yang berjumlah lima kategori, yaitu:¹¹

⁸ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 171.

⁹ Husein Umar, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), 101.

¹⁰ Moh. Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis*, 60.

¹¹ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung : Citapustaka Media, 2014), 150.

Tabel 3.2
Skor Untuk Responden Pernyataan

Alternatif tanggapan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Wawancara

Dalam teknik ini dikenal adanya dua macam pedoman wawancara, yakni wawancara berstruktur dan tidak berstruktur.¹² Dalam wawancara berstruktur, pewawancara sudah mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat berupa pokok-pokok persoalan saja, kuesioner tertutup, kuesioner terbuka, kuesioner campuran, atau esai bebas. Dalam wawancara tidak berstruktur, pewawancara tidak menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu, melainkan langsung mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lisan kepada responden dan mencatat jawabannya secara langsung pula.¹³

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip termasuk buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.¹⁴ Melakukan metode dokumentasi data berupa data pemilik obyek yaitu BTH Amanah Kudus.

¹² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), 162.

¹³ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 162.

¹⁴ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 191.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan VIF (*variance inflation factor*). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan VIF ≥ 10 . Sedangkan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 .¹⁵

c. Uji Normalitas

Uji normalitas pada analisis regresi dan *multivariate* sangat kompleks, karena dilakukan pada seluruh variabel secara bersama-sama. Uji ini juga dapat dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa apabila secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama (*multivariate*) variabel-variabel tersebut juga dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas.¹⁶ Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara tes statistik berdasarkan *test of normality* (*Kolmogorov Smirnov test*). Kriteria pengujiannya untuk pengambilan keputusannya yaitu:

- 1) Jika nilai sig $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai sig $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.¹⁷

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: UNDIP, 2011), 105-106.

¹⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 187.

¹⁷ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 55.

sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai *Durbin Watson* dibandingkan dengan tabel *Durbin Watson* (dL dan dU). Jika $dU < d$ hitung $< 4-dU$, maka tidak terjadi autokorelasi.¹⁸

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser* SPSS. Model regresi yang baik seharusnya yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- 1) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, maka kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.¹⁹

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan promosi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

- Y : Minat Menggunakan
- a : Konstanta
- b₁ : Koefisien pengetahuan Anggota
- b₂ : Koefisien persepsi manfaat
- b₃ : Koefisien persepsi kemudahan
- X₁ : Pengetahuan Anggota
- X₂ : Persepsi manfaat
- X₃ : Persepsi kemudahan
- e : Error

¹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 186.

¹⁹ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 122-123.

Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yaitu pengetahuan anggota, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y) yaitu minat menggunakan. Langkah-langkah pengujiannya yaitu:

- 1) Menentukan formulasi Ho dan Ha
 - a) Hipotesis 1

Ho : tidak ada pengaruh antara pengetahuan anggota terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Ha : ada pengaruh antara pengetahuan anggota terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
 - b) Hipotesis 2

Ho : tidak ada pengaruh antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Ha : ada pengaruh antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
 - c) Hipotesis 3

Ho : tidak ada pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Ha : ada pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
- 2) Kesimpulan
 - a) Cara 1

Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka Ho diterima
Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka Ho ditolak
 - b) Cara 2

Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka Ho diterima
Jika $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka Ho ditolak.²⁰

²⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 161.