

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Sukasari Kec. Kadu Hejo Kab.Pandeglang-Banten, yang dilakukan pada akhir bulan Februari hingga akhir bulan April 2021.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah regeneralisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan, jadi populasi bukan hanya orang tetapi meliputi seluruh karakteristik atau subjek yang dipelajari atau sifat yang dimiliki subjek itu.¹ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Desa Sukasari Kec. Kadu Hejo Kab.Pandeglang-Banten yang telah menggunakan KPR Bank Syariah yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & I*, (Cet 13 Bandung: CV Alfabeta, 2011), h.117.

Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tidak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kuantitatif²

3.2.1 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Pada penelitian ini, masyarakat yang menjadi sampel responden adalah masyarakat Desa Sukasari yang telah menggunakan KPR di Bank Syariah.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, artinya sampel ditentukan dengan mengambil subjek didasarkan atas tujuan tertentu yaitu menekankan pada pertimbangan karakteristik tertentu dari subjek penelitian.³

²Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Media Group),h.99

³ Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*,(Jakarta: Salemba Empat, 2011), h,85

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga, yang didapat rumus Lemeshow⁴, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

N= Jumlah sampel

Z= Skor z pada kepercayaan 95%=1,96

P= Maksimal estimasi= 0,5

d= alpha (0,10) atau sampel eror = 10%

melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

⁴ Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J. Janeile Klar & Stephen K.Lwanga, *Besar Sampel dalam penelitian kesehatan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997), h.2

sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapat adalah $96.04 = 100$ orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang/responden,⁵ yaitu yang telah menggunakan KPR pada Bank Syariah yang berdasarkan karakteristik antara lain sebagai berikut :

1. Karakteristik berdasarkan pendidikan
2. Karakteristik berdasarkan pekerjaan
3. Karakteristik berdasarkan pendapatan
4. Karakteristik berdasarkan usia
5. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

3.3 Operasional variable

Definisi operasional variabel adalah suatu dimensi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.⁶

⁵ Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J. Janeile Klar & Stephen K.Lwanga, *Besar Sampel dalam penelitian kesehatan*,....., h.2

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendektan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & I*,..., h.117.

Penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu yang terdiri dari variabel (X1) Harga, Variabel (X2) Promosi, Variabel (X3) Lokasi. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah Minat masyarakat menggunakan Produk KPR pada bank syariah. Berikut ini adalah tabel untuk memperjelas operasional variabel dalam penelitian ini.

Variabel	Definisi Operasional variabel	Indikator
Harga (X1)	Jumlah (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk. ⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Margin keuntungan bebas riba 2. Margin tetap sampai habis masa cicilan (tidak berubah sewaktu-waktu) 3. Margin bagi hasilnya adil dan tidak terlalu besar 4. Keterjangkauan harga 5. Harga bersaing dengan comprtitor 6. Angsuran sesuai dengan pendapatan 7. Harga sebanding dengan yang ditawarkan

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edis Ketiga belas, ...*, h.56

Promosi (X2)	Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan/promosi mudah diakses (via media cetak, elektronik dan internet) 2. Informasi yang disampaikan pada iklan/promosi jelas, menarik dan dapat dipercaya 3. Terdapat discount, subsidi uang dimuka (DP) <p>Sumber: Keller (2012:478)</p>
Lokasi (X3)	Suatu keputusan yang dibuat perusahaan yang dimana berkaitan dengan peroperasian dan stafnya akan ditempatkan, lokasi yang strategis dan akomodasi yang mempermudah pelanggan. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arus lalu lintas disekitar KPR 2. Jalan keluar/masuk 3. Akses transportasi Umum 4. Penggambaran tempat/bentuk 5. Rata-rata kecepatan kendaraan dari jalan utama
Minat Masyarakat (X3)	Kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan yang menguntungkan 2. Pertimbangan akan harga KPR 3. Pertimbangan angsuran perbulan

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h.173

⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, h 180.

	<p>pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.¹⁰</p>	<p>4. Mendapat informasi dari promosi di jalan, teman atau keluarga 5. Kebutuhan akan fasilitas cicilan rumah yang sesuai dengan penghasilan 6. Pertimbangan lokasi yang strategis Kepuasanpaska pengambilan kredit</p>
--	--	--

3.4 Jenis Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan karena data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung di Desa Sukasari Kec. Kaduhejo Pandeglang-Banten. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif yaitu metode yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan menganalisis data dan bersifat statistik (kuantitatif) bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.¹¹ Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang pertama dicatat dan dikumpulkan oleh

¹⁰ Henry Asael, *Costumer Behavior*, (New York: Thomson Learning, 2001)

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendektan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & I*, (Cet 13 Bandung: CV Alfabeta, 2011), h.13.

peneliti yang didapat langsung dari penyebaran daftar pertanyaan kepada masyarakat Desa Sukasari yang telah menggunakan KPR di Bank Syariah.¹²

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam Penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Angket (Kuesioner)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden terpilih untuk dijawab.¹³ Angket digunakan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

2. Observasi

Yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, yaitu masyarakat Desa Sukasari yang telah menggunakan KPR di Bank Syariah.

¹² Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta:Salemba Empat, 2011), h.104.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & I*, (Cet 13 Bandung: CV Alfabeta, 2011), h.199.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya.¹⁴

Analisis data dilakukan dengan cara yaitu analisis kuantitatif. Analisis yang dilakukan terhadap data antara lain: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Hipotesis.

3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1.1 Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Data dikatakan valid,¹⁵ jika pertanyaan pada angket mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam angket diuji terhadap faktor terkait.¹⁶

¹⁴ Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta:Salemba Empat, 2011), h.85

¹⁵ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik), (Yogyakarta: MediaKom, 2008),h,16

¹⁶ Mudrajat Kuencoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Ekonomi*, h,172.

Uji Validitas bermaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrument pengukuran dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Untuk menguji kevalidan suatu data, maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir angket. Tinggi rendahnya validitas suatu angket atau angket dihitung dengan menggunakan metode Pearson's Product Moment Correlation, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan critical value pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk momen lebih dari critical value, maka instrumen dinyatakan valid. Sebaliknya apabila skor item kurang dari

critical value, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Croanbach Alpha.¹⁷ Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable jika croanbach Alpha $> 0,60$.¹⁸

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusikan normal atau tidak. Regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan

¹⁷ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka, 2000), h. 135.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang, Badang Penerbit UNDIP, 2005), h.41.

dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada residualnya. Untuk mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik merupakan cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan uji histogram, uji P Plot, Skewness dan kurtois, dalam penelitian ini uji normalitas digunakan dengan menggunakan uji normal P Plot.¹⁹

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi,

¹⁹ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis (Teori Dan Praktik Penelitian Bisnis Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS, 22.0)*, (Bandung: ALFABETA, 2014),h, 156.

maka variabel ini tidak orthogonal (variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikoloniertitas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan memengaruhi variabel terikat
- 2) Menganalisis korelasi di antara variabel bebas. Jika di antara variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (lebih besar dari pada 0,09), hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
- 3) Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai VIF (varianceinflating faktor). Jika $VIF < 10$, tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.²⁰

²⁰ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis (Teori Dan Praktik Penelitian Bisnis Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS, 22.0)*, (Bandung: ALFABETA, 2014),h, 105.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik Scatterplot. Uji statistic yang digunakan adalah Uji Glesjser, Uji Rho Spearman, Uji Park atau White. Dalam penelitian ini menggunakan grafik Scatterplot, model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsinya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (multiple regression). Yang mana persamaan regresi berganda adalah model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan ini antara lain²¹.

$$Y = a + b_1. X_1 + b_2. X_2 + b_3. X_3 \dots + e$$

Keterangan:

Y = Minat Masyarakat

a = Konstanta

b = Koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (Variabel X)

X_1 = Harga

X_2 = Promosi

X_3 = Lokasi

e = Variabel residu

²¹ Kurniawan, *Metode Riset Untuk Dan Bisnis...*, h 194.

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Korelasi parsial dalam regresi berganda digunakan untuk melihat besarnya hubungan antara variabel bebas dari variabel lainnya. Uji t ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (Harga, promosi dan lokasi) terhadap variabel terikat (keputusan menggunakan KPR di Bank Syariah).

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1, X2, dan X3 terhadap Y secara terpisah maka digunakan Uji t. Adapun Kriteria pengujian Uji t adalah sebagai berikut:

- a) Jika $\text{Signifikan} < 0.05$ maka H_0 ditolak H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.
- b) Jika $\text{signifikan} > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.²²

²² Feddy Rangkuti, *Marketing Analisis Made Easy*, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.63.

Dasar keputusan:

- 1) Apabila t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Apabila t hitung $<$ t tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

3.6.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (Simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel independen. Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel independen.²³ Dalam penelitian ini menunjukkan variabel independen terdiri dari variabel Harga, Promosi dan Lokasi mempengaruhi variabel terikatnya, yaitu keputusan menggunakan KPR di Bank Syariah. Formula yang digunakan adalah:

²³ Algifari, *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2003), h.231.

$$F = \frac{R^2/K}{[1 - R^2][n - k - 1]}$$

Dimana:

K = Banyaknya variabel bebas

R^2 = Koefisien determinasi

n-k-1 = Derajat bebas penyebut

Kriteria penilaian yang dapat ditetapkan adalah:

- 1) Jika F hitung $>$ F tabel maka variabel bebas digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat.
- 2) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila F hitung $<$ F tabel, maka variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama (Simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

3.6.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Bagaimana kemampuan variabel X (variabel independen) mempengaruhi variabel Y (variabel dependen). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y.²⁴

Nilai akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai =1 menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau total variabel X1, X2 dan X3 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai = 0, menunjukkan bahwa tidak ada total varian yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X1, X2 maupun X3.

²⁴ Algifari, *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2003), h.232.

Seberapa besar nilai R^2 dikatakan baik atau kuat menurut Lind: Nilai koefisien determinasi lebih besar dari 0.5 dikatakan sedang dan kurang dari 0.5 relatif kurang baik. Apabila mendapatkan koefisien determinasi kurang dari 0.5 ada beberapa penyebab yang mungkin salah satu diantaranya adalah spesifikasi model yang salah yaitu pemilihan variabel yang kurang tepat atau pengukuran yang tidak akurat.