

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi (*explanatory research*), menurut Singarimbun dan Effendi (2010), penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Skala pengukuran menggunakan skala likert, metode pengumpulan data dengan cara angket dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis dengan uji. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah kredit Pada BPR Pahala Pakto Mojoagung.

3.2 Definisi Oprasional

1. Keterlibatan Konsumen (X1)

Efek sebab akibat atau dorongan dengan sejumlah konsekuensi pada perilaku pembelian dan komunikasi atau merupakan relevansi tingkat pentingnya proses pembelian suatu produk bagi konsumen, yang diukur dengan indikator sebagai berikut :

(1) *Brand loyalty*

komitmen terhadap merek yang mungkin tidak hanya direfleksikan oleh perilaku pembelian yang terus menerus, antara lain :

- a) komitmen terhadap BPR Pahala Pakto Mojogung
- b) Konsumen memikirkan tingkat resiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya

(2) Ekuitas Merek

menyangkut nilai suatu merek bagi pemasar dan bagi konsumen, dilihat dari persepsi produk dan kualitas produk.

2. Perilaku Rasional (X2)

Konsumen memilih berdasarkan pada kriteria obyektif seperti ukuran, berat, dan harga. Perilaku rasional ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

- a) Merek, menunjukkan identitas produk atau jasa. Merek memiliki peran yang sangat penting karena digunakan sebagai pembeda antara satu produk dengan produk lainnya.
- b) Harga, Jumlah uang yang dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan proses pembelian, dengan mengetahui harga maka konsumen akan dapat memperkirakan sejauh mana kemampuan untuk memutuskan pembelian terhadap produk yang akan dibeli. dalam penelitian ini suku bunga kredit
- c) Kualitas, Konsumen dalam melakukan proses pembelian pasti mengharapkan produk yang memiliki kualitas yang bagus dengan harapan bahwa produk yang dibeli memiliki manfaat yang sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas menjadi faktor yang diperhatikan dalam keputusan pengambilan kredit karena adanya kepercayaan konsumen terhadap pembelian produk tersebut

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan konsumen untuk membeli produk dari berbagai produk yang sejenis. Keputusan Pembelian dalam hal ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Pengenalan Masalah, konsumen mengenali sebuah kebutuhan
- b. Pencarian Informasi, mencari informasi- informasi yang lebih banyak
- c. Evaluasi Alternatif atau Pilihan, melakukan evaluasi alternatif terhadap beberapa merek
- d. Keputusan Pembelian, mengembangkan sebuah keyakinan atas merek dan tentang posisi tiap merek
- e. Perilaku Pasca Pembelian, tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah menggunakan produk

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Item	Sumber dan Skala
Keterlibatan Konsumen (X1)	1. <i>Brand loyalty</i>	a) memiliki komitmen terhadap BPR Pahala Pakto Mojoagung b) Nasabah memikirkan tingkat resiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya ke Bank lain	Setiadi (2010)
	Ekuitas Merek	c) persepsi produk pada BPR Pahala Pakto Mojoagung yang bervariasi d) BPR Pahala Pakto Mojoagung memiliki kualitas produk jasa perbankan yang bagus	

Tabel Dilanjutkan

Tabel 3.1 lanjutan

Perilaku Rasional (X2)	Merek	a) BPR Pahala Pakto Mojoagung merupakan merek Bank BPR yang terkenal di Mojoagung	(Kotler dan Amstrong, 2012)
	Harga	b) BPR Pahala Pakto Mojoagung memberikan penawaran suku Bunga yang menarik	
	Kualitas	c) adanya kepercayaan konsumen terhadap kredit yang diberikan BPR Pahala Pakto Mojoagung	
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Masalah	a) Jasa BPR Pahala Pakto Mojoagung sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah	(Kotler dan Keller, 2012) Ordinal
	2. Pencarian Informasi	b) Mengetahui jasa BPR Pahala Pakto Mojoagung dari berbagai informasi-informasi	
	3. Evaluasi Alternatif atau Pilihan	c) memilih jasa BPR Pahala Pakto Mojoagung dari evaluasi alternatif terhadap BPR lain	
	4. Keputusan Pembelian	d) Memutuskan untuk menggunakan jasa BPR Pahala Pakto Mojoagung	

3.3 Skala Pengukuran

Pengukuran angket dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2014: 93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut

dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, maka jawaban diberi nilai, yaitu nilai dari 5 sampai dengan 1. Jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju diberi skor 5.
- b. Jawaban setuju diberi skor 4.
- c. Jawaban netral diberi skor 3.
- d. Jawaban tidak setuju diberi skor 2.
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua nasabah kredit Pada BPR Pahala Pakto Mojoagung yang berjumlah 300 nasabah.

3.4.2 Sampel

1. Penentuan Sampel

Menurut Arikunto (2014) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah kredit Pada BPR Pahala Pakto Mojoagung. Penentuan jumlah

sample ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut Slovin (Suwarjeni dan Endrayanto, 2012) :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel / jumlah responden

N= Ukuran populasi

e= Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan, e = 0,05

Jumlah populasi dalam penelitian ini 300 nasabah, sehingga persentase kelonggaran yang dipilih sebesar 5% atau 0,05. Maka dapat dihitung :

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0,00025)}$$

$$n = 125$$

Jumlah sampel dibulatkan menjadi 125 nasabah.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah dengan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, dimana memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dengan cara :

- a. Mencatat nama-nama nasabah
- b. Dikocok dan dikeluarkan sejumlah 125 nasabah
- c. Hasilnya dijadikan responden di datangi kerumah.

3.5 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan mengadakan penyebaran angket kepada responden yang telah ditetapkan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, buku, atau majalah dan administrasi dan data-data lain yang diperlukan dalam penulisan proposal skripsi ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini ada beberapa cara yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data antara lain: angket dan dokumentasi. Berikut akan dijabarkan beberapa cara tersebut:

a. Angket

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang diajukan pada pihak responden, dalam hal ini adalah nasabah kredit pada BPR Pahala Pakto Mojoagung. Cara ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas

pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen yang dicari dalam penelitian ini.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang berupa data fisik maupun dokumen. Dengan menggunakan data-data yang sudah ada dalam file pada BPR Pahala Pakto Mojoagung.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya dan reliabilitas dapat diartikan sebagai keterpercayaan, keterandalan atau konsistensi (Yamin dan Kurniawan, 2014). Menurut Ferdinand (2014) validitas dimaksudkan sebagai mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas tercipta apabila instrument pengukur data secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiono (2014) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Cara yang dipakai untuk tingkat kevalidan adalah dengan validitas internal, yaitu untuk menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian intrumen secara keseluruhan. Untuk mengukur validitas yaitu

dengan menggunakan analisis butir, artinya menghitung korelasi antara masing-masing butir dengan skor total (skor yang ada) dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X - (\sum X)^2/n)\} \{n(\sum Y - (\sum Y)^2/n)\}}}$$

Dimana : r = korelasi

X = skor item X

Y = total item Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2014), dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid sebaliknya bila korelasi r dibawah 0,30 maka dapat dsimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden.

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas

No item	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Keterlibatan Konsumen (X ₁)	0.928	0,3	valid
2		0.921	0,3	valid
3		0.779	0,3	valid
4		0.928	0,3	valid
1	Perilaku Rasional (X ₂)	0.871	0,3	valid
2		0.938	0,3	valid
3		0.837	0,3	valid
1	Keputusan Pembelian (Y)	0.706	0,3	valid
2		0.749	0,3	valid
3		0.751	0,3	valid
4		0.821	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung $>$ 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto, 2006: 156). Untuk mengetahui suatu alat ukur itu riabel dapat diuji dengan menggunakan rumus *Alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dengan keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_1^2 = Varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) > 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliable sebaliknya *cronbach's alpha* (α) < 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliable.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien α	Keterangan
Keterlibatan Konsumen (X1)	0,909	0,6	Reliabel
Perilaku Rasional (X2)	0,857	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,751	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada

masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014) metode deskriptif adalah metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
- >1,81-2,6 = Buruk
- >2,61 -3,4 = Cukup
- >3,41 – 4,2 = Baik

- $>4,21 - 5,0$ = Sangat baik Sumber : (Sudjana, 2005)

3.8.2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2010) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh keterlibatan tinggi nasabah (X1) perilaku rasional (X2) terhadap Keputusan mengajukan kredit Pada BPR Pahala Pakto Mojoagung (Y).

Persamaan Regresi Berganda tersebut menggunakan rumus (Sugiyono, 2007):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

- Y = Keputusan mengajukan kredit
- a = Konstanta
- b₁ = Koefisien regresi keterlibatan tinggi nasabah
- b₂ = Koefisien regresi perilaku rasional
- X₁ = keterlibatan tinggi nasabah
- X₂ = perilaku rasional
- € = Standar error

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

1) Normalitas Data

Metode normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Dasar pengambilan keputusannya :

- (a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- (b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data dikatakan tidak normal

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variabel x yang memberikan informasi yang sama tentang variable Y. kalau X1 dan X2 berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2005)

Ada beberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- (a) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara

X1 dan X2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X1 dan X2.

(b) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value* $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2005)

3) Uji Autokorelasi

Istilah autokorelasi dapat didefinisikan sebagai korelasi antar sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi dalam situasi tertentu, biasanya memakai uji *Durbin Watson*, dengan keputusan nilai *durbin watson* diatas nilai d_U dan kurang dari nilai $4-d_U$, $d_U < dw < 4-d_U$ dan dinyatakan tidak ada otokorelasi. (Simamora, 2005)

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain (Ghozali, 2013). Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambar dalam model regresi. Jika *variance* dan residual satu

pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoscedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

3.8.4. Pengujian Hipotesis Uji t

1. Membuat formulasi hipotesis

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (y).

2. Menentukan level signifikansi.

3. Mengambil keputusan

- Jika $t_{sig} \leq \alpha = 0,05$, maka hipotesis diterima
- Jika $t_{sig} > \alpha = 0,05$, maka hipotesis ditolak (Sugiyono, 2010)

3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, Imam Ghazali (2011). Bila R^2 mendekati 1 (100%) maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa makin baik atau makin tepat garis regresi yang diperoleh. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0 maka menunjukkan semakin tidak tepatnya garis regresi untuk mengukur data observasi.