

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun & Effendi, 2012).

Penelitian dilakukan pada nasabah kredit Multiguna pada PT. *Federal International Finance* (FIF) Mojoagung. Sampel dalam penelitian ini sebagai nasabah kredit Multiguna pada PT. *Federal International Finance* (FIF) Mojoagung. Metode pengumpulan data adalah dengan penyebaran angket yang berisi pernyataan-pernyataan yang tiap itemnya berisi mengenai indikator dan variabel-variabel yang diteliti. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Responden akan diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap item pernyataan dengan mengisi angka 1 yang berarti sangat tidak setuju sampai 5 berarti sangat setuju. Setelah angket disebar kemudian akan diambil kembali untuk diolah dan diuji dengan teknik analisis data yang menggunakan *software* SPSS

3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel dalam penelitian sebagai berikut :

1. *Advertising* (X1): merupakan semua penyajian non personal, promosi ide-ide, promosi produk atau jasa yang dilakukan sponsor tertentu yang dibayar.
2. *Sales Promotion* (X2): berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.
3. *Personal Selling* (X3): Interaksi langsung dengan calon pembeli atau lebih untuk melakukan suatu presentasi, menjawab langsung dan menerima pesanan.
4. *Direct marketing* (X4): penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara langsung atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan
5. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan konsumen untuk membeli produk dari berbagai produk yang sejenis. Keputusan Pembelian dalam penelitian ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut (Kotler dan Armstrong, 2008):

- 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 pilihan finance
- d. Keputusan Pembelian, mengembangkan sebuah keyakinan atas merek dan tentang posisi tiap finance

Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel

Variabel	Indikator	Item
Bauran Promosi	a. <i>Advertising (X1)</i>	1) FIF melakukan promosi iklan melalui media online 2) FIF melakukan promosi iklan cetak
	b. <i>Sales Promotion (X2)</i>	3) FIF Memberikan Potongan harga/diskon 4) FIF Memberikan hadiah cuma-cuma berupa <i>merchandise</i>
	c. <i>Personal Selling (X3)</i>	5) Marketing FIF melakukan promosi <i>door to door</i> 6) Marketing FIF mampu memberikan informasi dengan bahasa yang sopan
	d. <i>Direct marketing(X4)</i>	7) Marketing melakukan pemasaran langsung melalui Brosur 8) Marketing FIF melakukan promosi membuka counter pada event tertentu
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	9) Kredit pada FIF Mojoagung sesuai dengan kebutuhan
	Pencarian Informasi	10) Nasabah memperoleh informasi kredit pada FIF Mojoagung dari berbagai informasi- informasi
	Evaluasi Alternatif atau Pilihan	11) memilih Kredit pada FIF Mojoagung berdasar evaluasi alternatif leasingng lain
	Keputusan Pembelian	12) keputusan mengambil Kredit pada FIF Mojoagung

3.3 Skala Pengukuran

Pengukuran angket dengan menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2012) 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 1 sampai dengan 5. 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 Penentuan Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2012) adalah wilayah *generalisasi* yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah kredit multiguna PT. Federal International Finance (FIF) Mojoagung sebanyak 135 nasabah (data bulan Agustus)

3.3.2 Sampel

1. Penentuan Jumlah Sampel

Menurut Arikunto (2010) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini yaitu mengambil seluruh karyawan non medis sebagai sampel, sejumlah 135 nasabah. Dengan pertimbangan bahwa penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan kepada seluruh populasi

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sampel jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012).

3.5 Jenis dan Sumber data

a. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, Menurut Umar (2008), data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut baik oleh pengumpul data atau pihak lain,

b. Sumber data

Data ini diperoleh dan dikumpulkan yang berasal dari penyebaran angket pada nasabah PT. *Federal International Finance (FIF)* Mojoagung. Kemudian data yang telah diperoleh dan dikumpulkan

tersebut diolah, disusun serta dianalisa untuk memenuhi kebutuhan penelitian yang akan digunakan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain :

a. Angket

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang di ajukan pada pihak responden, dalam hal ini nasabah FIF Moajoagung.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang berupa data fisik maupun file. Dengan menggunakan data-data yang sudah ada dalam file FIF Mojoagung berupa gambaran umum lokasi penelitian.

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Untuk meyakinkan bahwa pengukuran yang digunakan adalah pengukuran yang tepat dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan pengujian terhadap kualitas data dengan bantuan program SPSS. Kualitas data yang di hasilkan dari penggunaan instrument penelitian dapat di evaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas, Suharsimi (2006: 154).

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan (kesalahan) suatu instrumen Suharsimi (2006: 154). Instrumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur obyek yang ingin diukur. Tinggi

rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur suatu data agar tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud agar tercapai kevalidannya.

Cara yang dipakai untuk tingkat kevalidan adalah dengan validitas internal, yaitu untuk menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen 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

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2012), 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 sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas

No	Variable / item	r hitung	r kritis	Keterangan
<i>Advertising (X1)</i>				
1	1	0,956	0,30	valid
2	2	0,960	0,30	valid
<i>Sales Promotion (X2)</i>				
1	1	0,780	0,30	valid
2	2	0,804	0,30	valid
<i>Personal Selling (X3)</i>				
1	1	0,934	0,30	valid
2	2	0,953	0,30	valid
<i>Direct marketing (X4)</i>				
1	1	0,858	0,30	valid
2	2	0,873	0,30	valid
Keputusan mengambil Kredit (Y)				
1	1	0,829	0,30	valid
2	2	0,771	0,30	valid
3	3	0,614	0,30	valid
4	4	0,833	0,30	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

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 $>$ 0,30. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto,2010). 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 variable 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
Advertising (X1)	0,909	0,6	Reliabel
<i>Sales Promotion</i> (X2)	0,607	0,6	Reliabel
<i>Personal Selling</i> (X3)	0,871	0,6	Reliabel
<i>Direct marketing</i> (X4)	0,665	0,6	Reliabel
Keputusan mengambil Kredit (Y)	0,761	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

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 (2012) 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 :

$$\frac{\text{Nilai Skorter tinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

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

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- 1,0 – 1,8 = Rendah sekali
- >1,81-2,6 = rendah
- >2,61 -3,4 = Cukup
- >3,41 – 4,2 = Tinggi
- >4,21 - 5,0 = Sangat Tinggi

Sumber : (Sudjana, 2005)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1 Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

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

2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variable 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, 2008)

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.

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 dU dan kurang dari nilai $4-dU$, $du < dw < 4-du$ dan dinyatakan tidak ada otokorelasi

4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain (Ghozali, 2011). 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.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan melihat pengaruh hubungan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Statistik untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

Dimana :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + e$$

Y = Keputusan pembelian

β_0 = konstanta persamaan regresi

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien regresi

x_1 = *Advertising*

x_2 = *Sales Promotion*

x_3 = *personal selling*

x_4 = *Direct marketing*

e = error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

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 (2009). 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.