

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung dengan menggunakan data yang dikumpulkan dalam bentuk angket atau kuesioner yang diberikan kepada responden.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini yaitu di pasar Wates kabupaten Kulon Progo. Adapun alasan penelitian memilih lokasi ini karena pasar Wates ini merupakan pasar yang potensial dan pasar tradisional terbesar yang beroperasi setiap hari. Dimana para pedagang pasar membutuhkan akses untuk menghimpun dananya atau melakukan pinjaman di lembaga keuangan mikro khususnya.

#### **C. Penentuan Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2013:117). Sedangkan menurut Bawono (2006:28), populasi adalah keseluruhan wilayah objek dan subjek penelitian yang ditetapkan untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang di pasar Wates, Kulon Progo.

## **2. Sampel Penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2013:118). Sampel sebagai objek atau subjek penelitian yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi (Bawono, 2006:28). Dikarenakan peneliti memiliki keterbatasan waktu dan tenaga, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari populasi yang ada dalam karakteristik pedagang di pasar Wates. Pengambilan sampel ini sesuai dengan teori Roscoe dalam Sugiyono (2011:90), bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* karena pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2015:82).

## **D. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

## **1. Data Primer**

Data primer merupakan suatu data yang diperoleh dari sumber pertama, yaitu dari perseorangan atau individu, data ini bisa berwujud hasil wawancara dan pengisian kuesioner atau angket. Menurut Muhamad (2008:101), data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner atau angket yang ditujukan kepada responden.

## **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang berasal dari sumber kedua atau bukan data yang diperoleh secara langsung. Atau data yang diperoleh peneliti melalui referensi buku yang berkaitan dengan penelitian ini, literatur, dan artikel yang diperoleh dari *website*. Namun data-data tersebut mendukung pembahasan dari penelitian ini. Data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, majalah, buku, data statistik maupun dari internet (Bawono, 2006:30).

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Observasi**

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang

tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

## **2. Kuesioner (angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, yang dapat diberikan kepada responden secara langsung (Sugiyono, 2013:199). Selain itu, kuesioner juga dapat digunakan apabila responden tersebar di wilayah yang luas dengan jumlah responden cukup besar.

Instrumen yang dipakai untuk mengukur variabel penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala Likert 4 poin. Jawaban responden berupa pilihan dari empat alternatif yang ada, yaitu sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	: skor 4
Setuju (S)	: skor 3
Tidak setuju (TS)	: skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: skor 1

## **F. Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel yang mempengaruhi (*independent*) yaitu lokasi, promosi, pelayanan dan kepercayaan. Sedangkan

variabel yang dipengaruhi (*dependent*) adalah minat masyarakat mengakses di BMT dan KSP.

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasional Variabel dan Indikator**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>
<b>Lokasi</b>	Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:73).	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dekat dengan fasilitas umum</li> <li>b. Lokasi mudah dijangkau</li> <li>c. Transportasi untuk mencapai kantor</li> <li>d. Suasana kantor</li> <li>e. Lokasi pemasaran strategis</li> <li>f. Lokasi dekat dengan tempat tinggal</li> </ul>
<b>Promosi</b>	Promosi merupakan kombinasi dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publishitas dan hubungan masyarakat yang membantu pencapaian tujuan perusahaan (Sunyoto, 2013:19).	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Iklan</li> <li>b. Penjualan tatap muka (<i>personal selling</i>)</li> <li>c. Jangkauan promosi</li> <li>d. Pengenalan identitas</li> <li>e. Promosi penjualan langsung kepada masyarakat</li> <li>f. Promosi melalui undian berhadiah.</li> </ul>
<b>Pelayanan</b>	Pelayanan merupakan suatu usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2006:131). Dengan memperhatikan kualitas pelayanan dari karyawan yang melayani	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kualitas pelayanan</li> <li>b. Kepedulian karyawan</li> <li>c. Keterampilan dalam melayani nasabah</li> <li>d. Pelayanan sesuai dengan SOP</li> <li>e. Tepat dalam penyampaian</li> </ul>

	dengan keramahan, sopan santun, pelayanan cepat dan efisien, serta peduli terhadap nasabah (Kasmir, 2012:264).	informasi
<b>Kepercayaan</b>	Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang di harapkan dan harapan yang dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Barnes, 2003:148). Menurut McKnight (2002a) dalam Setyawan (2013:29) dimensi kepercayaan terdiri dari <i>benevolence</i> (kebaikan), <i>integrity</i> (integritas), dan <i>competence</i> (kemampuan).	<p>a. <i>Benevolence</i> (kepercayaan konsumen kepada perusahaan untuk berperilaku baik kepada konsumen).</p> <p>b. <i>Integrity</i> (kejujuran, keadilan, dan kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan jasa kepada konsumen).</p> <p>c. <i>Competence</i> (mengacu pada kemampuan yang dipercaya untuk melakukan suatu tugas).</p>
<b>Minat</b>	Menurut Crow & Crow minat adalah kecenderunngan untuk memberikan perhatian dan bertindak pada orang (Rouf, 2011:55). Faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor motif sosial dan emosional.	<p>a. Dorongan dari dalam diri individu</p> <p>b. Motif sosial</p> <p>c. Faktor emosional</p>

### G. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif deskriptif.

## 1. Analisis Deskriptif

Metode deskriptif (*Descriptive Research*) yaitu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 1999:63). Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden yang diambil dari pengisian kuisisioner seperti jenis kelamin dan usia.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika item-item pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan indikator yang diselidiki. Mengukur validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dengan *degree of freedom* (df) = n-2 dan signifikansi 0,05. Melihat valid atau tidaknya adalah dengan membandingkan *corrected item total correlation* dengan hasil  $r_{tabel}$ , jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dinyatakan valid (Ghozali, 2011:53). Sedangkan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

## **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel, apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:41). Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Sedangkan jika nilai *cronbach's alpha* lebih kecil dari 0,6 maka kuesioner tersebut dikatakan tidak reliabel (Murcitaningrum, 2013:92).

## **3. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S). Uji *Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal berdistribusi normal (Ghozali, 2005:110). Pada uji ini keputusan yang diambil adalah jika nilai sig > 0,05 maka distribusi data bersifat normal dan jika nilai sig < 0,05 maka distribusi data tidak normal.

### **b. Uji Multikolinieritas**

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2005:91). Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Suatu model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas adalah apabila nilai VIF lebih kecil dari 5 ( $VIF < 5$ ) dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 ( $tolerance > 0,1$ ).

### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2005:105). Cara mendeteksinya menggunakan metode korelasi *spearman's rho* yaitu mengkorelasi variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi, jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah pada heteroskedastisitas.

## **4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda digunakan apabila variabel independen berjumlah dua atau lebih (Simamora, 2004:339). Adapun rumus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Mengakses

$Y_1$  = Minat Mengakses di BMT

$Y_2$  = Minat Mengakses di KSP

X = Variabel independen yang terdiri dari lokasi ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ) dan kepercayaan ( $X_4$ )

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independen

e = standar *error*

## 5. Uji Persamaan Regresi

### a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Analisis regresi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat (Ghozali, 2005:84). Pengambilan keputusannya adalah dengan melihat nilai t tabel yang dibandingkan dengan t hitung dan signifikansi yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha$  (5%) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  diterima jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  (5%) dan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Artinya secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- 2)  $H_a$  diterima jika nilai signifikansi kurang dari  $\alpha$  (5%) dan nilai statistik  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Artinya secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Uji statistik F digunakan untuk menguji persamaan regresi secara keseluruhan yaitu apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variasi variabel terikat (Ghozali, 2005:84). Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  diterima jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_a$  diterima jika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.