

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dari hasil penelitian di lapangan serta data yang diolah bersifat sistematis dan sesuai fakta di lapangan melalui pengamatan secara langsung. Metode kuantitatif adalah metode yang meliputi eksperimen dan survey, metode kuantitatif digunakan apabila masalah yang merupakan titik tolak penelitian sudah jelas, kemudian apabila peneliti ingin mendapatkan informasi yang luas dari suatu populasi, apabila peneliti bermaksud melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian, apabila peneliti ingin menemukan data akurat dari fenomena yang empiris serta dapat diukur, dan apabila peneliti ingin melakukan pengujian terhadap sebuah keraguan terhadap kevalidan pengetahuan.

Bentuk penelitian ini menggunakan cara pengisian sebuah kuesioner dari responden dengan objeknya adalah pedagang pasar di kota Yogyakarta, kabupaten Sleman, dan kabupaten Bantul. Penelitian ini menggunakan skala likert 4 sampai 5 poin serta media pengumpulan datanya berupa angket.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Dalam bukunya (Sugiyono, 2017) mengatakan bahwa populasi yaitu keseluruhan cakupan wilayah yang terdiri dari subjek atau objek lalu kemudian dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan sesuai dengan kriteria dan syarat tertentu untuk dipelajari secara lebih lanjut. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah para pedagang pasar yang menjadi anggota BMT UMY dan sedang melakukan pembiayaan di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta.

Untuk lebih memudahkan lagi dalam memilih populasi, kriteria anggota pembiayaan BMT UMY yang bisa dijadikan acuan sebagai sampel nantinya yaitu:

- a. Anggota pembiayaan BMT UMY yang masih lancar mengangsur.
- b. Anggota pembiayaan BMT UMY yang berada di pasar tradisional.
- c. Anggota pembiayaan BMT UMY yang belum melunasi pembiayaannya.

2. Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) mengartikan sampel ialah bagian dari kuantitas dan spesifikasi yang dimiliki oleh sebuah populasi. Dalam mengambil sampel haruslah mewakili dari seluruh populasi. Disebabkan keterbatasan waktu, dan tenaga sehingga perlu adanya pembatasan jumlah sampel yaitu hanya sebanyak 30 responden dari seluruh populasi pedagang pasar di Kabupaten Sleman, Bantul, dan kota Yogyakarta. Menyesuaikan pada teori Rescoe (1975) pada buku (Sekaran, 2006)

memberikan pilihan terkait penentuan sampel, sebagai berikut: 1) jumlah sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 ialah tepat dalam sebuah penelitian umum. 2) Untuk membagi kedalam sebuah sampel dalam kategori yang lebih kecil lagi maka jumlah 30 sampel sangat ideal. Teknik *purposive sampling* yang dipilih sebagai teknik pengambilan sampel pada penelitian ini. Teknik *purposive sampling* merupakan sebuah teknik sederhana dengan pertimbangan tertentu dalam menentukan sampel (Sugiyono, 2017).

C. Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer menurut Umar Husen ialah data yang didapatkan langsung dari sumber aslinya atau data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan (Umar, 2010). Dalam penelitian ini jawaban narasumber yang dijadikan data primer, narasumbernya adalah beberapa anggota BMT UMY di Pasar Tradisional. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diambil dari BMT UMY.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan meliputi tiga cara yakni observasi, kuesioner, dan wawancara. Berikut beberapa penjelasannya :

1. Observasi

Dalam bukunya (Sugiyono, 2017) pengertian dari observasi ialah sebuah dasar ilmu pengetahuan. Melakukan penelitian berdasarkan data, yaitu fakta yang berkaitan dengan realita serta diperoleh melalui observasi. Dari hasil observasi yaitu BMT UMY dalam menyesuaikan mitra pedagang pasar yang melakukan pembiayaan yang menjadi subjek penelitiannya

Dalam melakukan observasi ini berguna untuk mengamati bagaimana mitra BMT dalam memberikan pembiayaan berdasarkan faktor dari minat itu sendiri untuk tetap atau berpindah ke produk KUR.

2. Wawancara

Pengertian dari *Interview* atau wawancara adalah:

“A meeting of two person to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic” (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa wawancara ialah pertemuan dua orang individu untuk saling bertukar informasi maupun gagasan menggunakan sesi tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna yang jelas dalam suatu topik tertentu.

Dalam wawancara pada penelitian ini dapat dilakukan setelah mendapatkan izin oleh pihak BMT UMY guna melakukan wawancara kepada narasumber yang diinginkan dan dituju. Wawancara saat penelitian

ini memanfaatkan jenis wawancara tidak terstruktur, yang merupakan sebuah wawancara yang tidak memiliki pedoman daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Tujuan melakukan wawancara agar mengetahui informasi-informasi yang tidak terdapat dalam kuesioner

3. Kuesioner

(Sugiyono, 2017) kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner akan dibagikan kepada anggota BMT UMY yang melakukan pembiayaan yang berada di pasar. Dalam membagikan kuesionernya akan didampingi oleh marketing untuk bertemu dengan anggotanya.

E. Analisis Data

Menurut Bogdan menyatakan bahwa analisis data ialah sebuah proses mencari dan menyusun secara sistematis berdasarkan perolehan data dari hasil kuesioner, dokumentasi lapangan, dan lain-lain, agar mudah dipahami dan hasil temuan tersebut dapat dipaparkan informasinya kepada orang lain.

1. Uji Regresi Linier Berganda

Faktor-faktor yang mempunyai pengaruh terhadap minat pedagang pasar melakukan pembiayaan di BMT UMY yang kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Secara umum persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y : Minat Pembiayaan X1 : Kualitas Produk X3 : Lokasi
α: Konstanta X2 : Kualitas Pelayanan

2. Standardized Coefficients Beta

Pada uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap minat pedagan pasar melakukan pembiayaan di BMT UMY. Variabel independen dengan nilai absolute dari Standardized Coefficients Beta tertinggi merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependen.

F. Definisi operasional variabel penelitian.

1. Variabel independen.

Variabel independen atau bisa juga disebut dengan variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan terhadap variabel dependen, variabel independen ialah kualitas produk, kualitas layanan, dan lokasi. Indikator kualitas produk ialah bagaimana produk mempunyai keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan dengan memuaskan sesuai dengan jumlah uang yang dikeluarkan (Prawirosentono, 2002).

Pentingnya lokasi menjadi sebuah indikator ialah penentuan lokasi yang tepat bagi lembaga bank maupun BMT dimana transaksi satu cabang

ke cabang lain terjalin dengan baik, begitupun kepada para konsumennya (Kasmir, 2010).

Sebuah pelayanan merupakan indikator penting dikarenakan sebuah lembaga harus memiliki pelayanan terbaik yang diberikan demi kepuasan konsumen sehingga tetap ada minat untuk menggunakan produk di lembaga tersebut.

2. Variabel dependen.

Variabel dependen atau biasanya disebut dengan variabel terikat ialah variabel yang di pengaruhi oleh variabel independent (KUR) dan variabel dependen pada penelitian ini ialah minat. Minat didefinisikan sebagai ketertarikan atau kecendrungan hari seseorang untuk memilih suatu hal (Mangkunegara, 2001). Indikator yang diperlukan untuk mengetahui minat seorang mitra ialah dengan memakai kualitas produk, pelayanan, dan lokasi sebagai tolak ukur bagaimana pedagang pasar dalam mengambil keputusan menggunakan sebuah produk.