

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data statistik berbentuk angka-angka, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengolahan data kualitatif menjadi kuantitatif. Dengan tujuan untuk menguji Hipotesis yang ditetapkan.

Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2011). Metode deskriptif merupakan jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Penelitian ini akan menganalisis minat beli konsumen terhadap produk pendanaan pada PT Bank Lampung.

3.2 Sumber Data

Data merupakan sumber informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. penentuan metode pengumpulan data disamping jenis data yang telah dibuat di muka (Arikunto, 2013). Adapun Data yang digunakan data penelitian ini adalah Data Primer.

Data primer merupakan sumber data langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2014). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner, yang diisi oleh responden, meliputi identitas dan tanggapan responden yang langsung dari sumber pertama tempat objek penelitian dilakukan.

Teknik yang digunakan yaitu skala Guttman. Skala ini terdiri dari 2 kategori jawaban yaitu YA dan TIDAK. Bobot ini diperoleh berdasarkan tanggapan dari responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Bobot nilai yang diberikan untuk setiap jawaban sebagai berikut:

Jawaban YA mendapat nilai 1

Jawaban TIDAK mendapat nilai 0

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu :

1. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang lingkungan kerja dan kinerja pegawai atau hal lain yang diketahui.

Pengukuran kuesioner menggunakan skala Guttman yang berisi dua jawaban sebagai berikut:

Jawaban YA mendapat nilai 1

Jawaban TIDAK mendapat nilai 0

1. Dokumentasi, yaitu dengan membaca buku atau literature atau karya ilmiah lainnya dan sumber data lain yang berasal dari media elektronnik seperti internet, buku-buku atau karya ilmiah yang mempunyai hubungan dengan penulisan tentang keputusan pembelian konsumen pada produk pendanaan pada bank lampung.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Kota Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu Mengenal Bank Lampung

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair yaitu ukuran sampel tergantung dari jumlah indikator yang digunakan, sehingga sampel dapat dihitung dengan mengalikan 5-10 dengan jumlah indikator. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Menurut Hair (2010) apabila ukuran sampel terlalu besar, maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran *goodness-of fit* yang baik, sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi.

Apabila jumlah populasi penelitian belum diketahui dengan pasti, maka belum dapat menyebutkan jumlah populasi, sehingga perlu diestimasi proporsi dari sampel tersebut. Dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z\alpha/2}{E} \right]^2$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

z= Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari means

E= Kesalahan maksimal yang mungkin dialami

α = Tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi

bila tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$) artinya penelitian meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencairan data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel adalah.

Maka :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z_{0,05/2}}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [384,16] = 97 \text{ Responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 97 sampel.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2011). Dalam penelitian ini yang menjadi variable penelitian adalah minat, produk, *brand image*, harga, lokasi, dan pelayanan.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Secara operasional masing-masing variable dapat diukur melalui indicator-indikator sebagai berikut.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel
Pembentuk Minat konsumen

Variabel	Definisi Konsep	Operasional Variabel	Indikator	Skala
<i>Produk</i>	Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumennya (Kotler dan Armstrong, 2012)	Bank Lampung memiliki beberapa jenis produk tabungan yaitu produk kredit dan pendanaan. Produk kredit terdiri dari kredit linkage program, KMK konstruksi developer, kredit usaha rakyat(KUR), rekening koran, Bank Garansi, kredit aneka usaha. Sedangkan produk pendanaan terdiri dari L-Savve, simpel, tabunganku, simpeda, giro, dan deposito rupiah. Dengan fasilitas ini nasabah bisa melakukan m banking, transaksi pembayaran seperti isi pulsa, bayar tagihan listrik,, air dan lainnya serta transaksi ATM dengan limit yang lebih besar.	1. Kualitas Produk 2. Fitur Produk 3. Gaya dan Desain Produk (Kotler dan Armstrong, 2016)	Guttman
<i>Brand Image</i>	<i>Brand image</i> (citra merk) adalah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjualan atau kelompok penjualan dari barang atau jasa pesaing. (kolter dan Keller:2009)	Bank Lampung merupakan salah satu Bank daerah milik provinsi Lampung sebagai pemegang kas daerah dan membantu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dengan memberikan kredit kepada usaha mikro, kecil dan menengah khususnya di provinsi Lampung.	1. Citra Korporat 2. Citra Pemakai (Kareem,2008)	Guttman

Lokasi	Lokasi adalah termasuk kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk menargetkan konsumen. (Kotler dan Amstrong, 2014)	Bank Lampung memiliki beberapa lokasi untuk melayani nasabah yaitu 6 unit kantor cabang, 28 unit kantor cabang pembantu, 35 unit kantor kas dan 1 unit kas keliling.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas (traffic) 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Persaingan (lokasi pesaing) 8. Peraturan pemerintah (Kuswatiningsih, 2016) 	Guttman
Pelayanan	Pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2009)	Bank Lampung memiliki beberapa layanan untuk memuaskan kebutuhan nasabah yaitu penerimaan pembayaran pajak, pembaaran pajak daerah, RTGS, mobile banking, laku pandai, surat perintah pencairan dana elektroinik, kliring, dan layanan pembayaran gaji.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reliability (kehandalan) 2. Responsiveness (daya tanggap) 3. Assurance (jaminan) 4. Empathy (empati) 5. Tangibles (bukti fisik) (Tjiptono & Gregorius Chandra, 2011) 	Guttman

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut bisa mengukur apa yang hendak diukur (Sanusi, 2017). Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau ketepatan suatu instrumen.

Dalam pengujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$.

Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \leq dari 95% atau $\alpha = 0,05$.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Abdillah, dkk (2020) menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur atau instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Konsep reliabilitas sejalan dengan validitas konstruk atau kuantitatif. Konstruk valid sudah pasti reliabel, sebaliknya konstruk yang reliabel belum tentu valid. Oleh karena itu, pada umumnya peneliti mengutamakan pencapaian validitas konstruk dibandingkan reliabilitas. Ketika validitas konstruk tidak tercapai maka peneliti kemudian berharap setidaknya dapat mencapai reliabilitas. Berikut beberapa teknik dalam menguji reliabilitas. Pada penelitian berikut menggunakan teknik reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*. Dalam pengujian *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal skala-skala item berganda dengan ketentuan nilai harus $>0,60$. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2_t} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas yang dicari
- n = jumlah item pertanyaan yang diuji
- $\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item
- σ^2_t = varians total

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Sedang
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono (2017)

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian mampu mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih produk pendanaan pada Bank Lampung digunakan Uji *Cochran Q-Test*. Sedangkan untuk mengetahui karakteristik responden digunakan analisis tabulasi sederhana dan tingkat kepentingan faktor-faktor dalam memilih produk pendanaan pada Bank Lampung diukur menggunakan distribusi frekuensi.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistika deskriptif dimaksudkan untuk menganalisis data berdasarkan atas hasil yang diperoleh dari jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukur variabel. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *indeks analysis* yang menggambarkan responden atas setiap butir pertanyaan yang diberikan, maka digunakan nilai *average*. Jawaban yang diberikan kepada responden kemudian diberikan skor teknis dengan mengembangkan jawaban “YA” atau “TIDAK” dengan skala nominal.

3.8.2 Analisis Kuantitatif

3.8.2.1 Analisis Cochran Q-Test

Menurut Simamora dalam Yusendra (2015) *Cochran Q-test* digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan/kesuksesan data secara statistik, menguji hipotesa pada beberapa variable yang berhubungan secara dikotomi yang memiliki nilai mean yang sama. *Cochran Q-test* ini digunakan jika datanya berbentuk nominal, lebih dari dua sampel, datanya tidak bebas dan memiliki respon biner seperti sukses (1) versus gagal (0) atau ya (1) versus tidak (0). Dengan menggunakan rumus *Cochran Q test*, kita dapat melakukan pengujian tingkat kepentingan setiap faktor yang valid dan menghilangkan unsur subyektifitas terhadap suatu faktor. Dengan menggunakan uji ini kita akan mengetahui keberadaan hubungan antara beberapa faktor, dimana dari sekian faktor yang dianggap penting oleh konsumen akan dibuang faktor yang banyak mendapatkan jawaban “Tidak” secara iterasi statistik, sampai akhirnya diperoleh faktor yang

betul-betul menggambarkan tingkat yang paling dipertimbangkan (tingkat kepentingan tertinggi) dalam memilih produk pendanaan pada Bank Lampung.

a. Langkah-langkah pengujian analisis *Cochran*, sebagai berikut:

1. Membuat matrik (tabulasi) jawaban responden

Setiap responden akan diminta memilih jawaban “ya” atau “tidak” pada setiap pertanyaan, kemudian dibuat tabulasi input responden.

2. Membuat matrik *Cochran*

Dari hasil input responden, selanjutnya dibuat matrix *Cochran* untuk meringkas banyaknya jawaban “ya” pada setiap dimensi.

3. Membuat analisa *Cochran*

Setelah pemuatan matrix *Cochran*, maka dibuat perhitungan dengan menggunakan uji analisa *Cochran*.

Rumus yang digunakan untuk Cochran Q Test adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{(k-1)[k(\sum C^2 j) - (\sum C j)^2]}{k(\sum R i) - \sum R i^2}$$

Keterangan:

Q= Nilai untuk Cochran Test

k= Banyaknya kolom

Cj= Jumlah sukses dalam kolom ke j (*columns*)

Ri= Jumlah sukses dalam baris ke-I (*rows*)

3.8.2.2 Analisis Faktor

Analisis faktor adalah suatu analisis yang mencoba untuk menemukan hubungan (interrelationship) antara sejumlah variabel-variabel yang awalnya saling independent satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal (Santoso, 2016:58). Sedangkan menurut Kuncoro (2009:263), analisis faktor adalah jenis analisis yang digunakan untuk mengenali dimensi-dimensi pokok atau keteraturan dari sebuah

fenomena umum dari analisis faktor adalah untuk meringkas kandungan informasi variabel dalam jumlah yang besar menjadi sebuah faktor yang lebih kecil. Analisis faktor adalah kajian saling ketergantungan antara variabel-variabel dengan tujuan untuk saling menemukan himpunan variabel-variabel baru, yang lebih sedikit jumlahnya daripada variabel semula, dan yang menunjukkan yang mana di antara variabel-variabel semula tersebut yang merupakan faktor-faktor persekutuan. Dalam analisis faktor, variabel-variabel dalam jumlah besar dikelompokkan dalam sejumlah faktor yang mempunyai sifat dan karakteristik yang hampir sama, sehingga lebih mempermudah pengolahan. Pengelompokan dilakukan dengan mengukur korelasi sekumpulan variabel dan selanjutnya menempatkan variabel-variabel yang berkorelasi tinggi dalam satu faktor, dan variabel-variabel lain yang mempunyai korelasi relatif lebih rendah ditempatkan pada faktor lain.

Menurut Ariastuti dan Antara (2006) dalam Putra (2018), langkah-langkah dalam menggunakan analisis faktor, sebagai berikut:

1. Merumuskan masalah
Penelitian yang akan dilakukan berdasarkan pada variabel yang relevan, penelitian sebelumnya, teori dan pandangan peneliti..
2. Membuat matriks korelasi
 - a. *Barlett's Test of Sphericity*, digunakan untuk mengukur apakah variabel berkorelasi satu sama lain.
 - b. Uji *Kaiser Meyer Olkin (KMO)*, digunakan untuk menentukan kesesuaian sampel maupun mengukur ketepatan sampel. Analisis faktor dirasa tepat dan layak apabila $KMO > 0,5$.
 - c. Uji *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*, menghitung derajat korelasi antar variabel dengan kriteria $MSA > 0,5$.
3. Menetapkan ketepatan model
Ketepatan model dapat menerangkan fenomena yang ada. Hal ini dilakukan dengan melihat nilai residual antara korelasi yang diselidiki dengan korelasi yang direproduksi.

4. Menetapkan jumlah faktor

Jumlah faktor ditentukan berdasarkan pada *eigenvalue* di setiap faktor. Faktor inti yang diseleksi memiliki nilai *eigenvalue* >1 .

5. Rotasi faktor

Hal ini dilakukan untuk memudahkan interpretasi guna menetapkan variabel mana yang termasuk dalam sebuah faktor, dikarenakan sejumlah variabel berkorelasi kuat dengan lebih dari satu faktor, atau jika nilai loading faktor dari suatu variabel bernilai terkecil yang telah ditentukan.

Menurut Ghozali (2005:254), ada beberapa metode rotasi, sebagai berikut:

a. Rotasi orthogonal

Mengubah pada sumbu 90 derajat, terdiri dari varimax, quartimax dan equamax.

b. Rotasi oblique

Mengubah sumbu ke kanan, namun tidak mengharuskan 90 derajat, terdiri dari promax, obliman dan orthoblique.

6. Interpretasi faktor

Hal ini dilakukan dengan cara membagi variabel yang nilai loading faktornya tinggi pada faktor tertera.