

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh (Suharsimi Arikunto,2006). Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Nasabar atau pengguna jasa Bank Syariah Mandiri di kota Bandar Lampung.
- b. Data sekunder adalah data yang didapat bukan dari sumber pertama, data tersebut diperoleh secara tidak langsung dan berasal dari media cetak seperti buku, katalog perusahaan, dan keterangan lain yang berhubungan dengan pokok penelitian, seperti gambaran umum perusahaan serta jumlah penjualan dan jumlah nasabah data sekunder tersebut berupa kutipan yang diambil dari sumber-sumber yang diperoleh. Berbagai sumber diantaranya adalah jurnal, buku, inpternet maupun media informasi lainnya (Pratama Ramadhi Harri,2013).

Penelitian ini menggunakan penelitian survei dimana menggunakan kuesioner untuk mengetahui jawaban responden terkait hubungan antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen yang kemudian akan adanya analisis kuantitatif. Data yang akan diamatai oleh peneliti yaitu nasabah atau individu yang sedang menggunakan jasa atau program yang ditawarkan oleh bank syariah mandiri Kota Bandar Lampung.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakikatnya adalah penelitian yang menggunakan angka sebagai alat ukur dalam menarik kesimpulan (Anuar Sanusi,2014) .Sedangkan teknik dalam metode penelitian ini dengan menggunakan kuesioner . Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif karena dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Metode pengumpulan data merupakan salah satu aspek yang berperan dalam kelancaran dan keberhasilan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain. Pengumpulan data yang diperoleh oleh peneliti yaitu dari jurnal, media cetak dan internet.

2. Penelitian Lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden. Data yang akan diamati oleh peneliti yaitu nasabah atau individu yang sedang menggunakan jasa atau program yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri di kota Bandar Lampung.

3.2.1 Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis,2008). Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioer, daftar pertanyaannya dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan tertutup (*close question*). Metode ini digunakan untuk memperoleh data

tentang persepsi keputusan konsumen menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri kota Bandar Lampung dari responden. Dalam penelitian ini kuesioner metode pengukuran yang digunakan skala likert, dimana ukuran skalanya adalah 1-5 untuk semua variabel yang diteliti, sehingga dapat merepresentasikan pendapat dari responden. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social (Sugiyono,2010).

Tabel 3.1
Skala Penilaian Untuk Pernyataan

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2007) dalam (Norma Hesti,2017). Populasi yang penulis gunakan sebagai objek penelitian adalah pengguna jasa atau produk Bank Syariah Mandiri kota Bandar Lampung.

3.3.2.Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, (Arikunto, 2002) Penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis metode *Non Probability Sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel, karena tidak diketahui jumlah populasinya. Metode pengambilan sampel dilakukan

dengan teknik *Purposive Sampling* yaitu sampel yang dipilih dari suatu populasi dengan menggunakan kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2004 dalam Pramata Ramadhani 2013). Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dilakukan apabila pemilihan anggota sampel terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai (Usman dan Setiady, 2006) Dalam penelitian ini pertimbangan dan kriteria yang dapat menjadi sampel adalah :

1. Berusia minimal 18 tahun
2. Merupakan nasabah atau pernah memakai program-program yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri cabang Bandar Lampung.

Untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan dicari menggunakan rumus (Djarwanto dan Subagyo, 2000). Rumus yang digunakan adalah :

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

Dimana:

n : besarnya sampel

α : 0,10 maka Z = 1,96

d : tingkat kepercayaan / ketepatan yang diinginkan 10%.

e : Tingkat kesalahan. Dalam penelitian ini e ditetapkan sebesar 10% sehingga yang dihasilkan adalah:

$$n = 1/4 \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2 = 96,04$$

Berdasarkan dari perhitungan diatas maka sampel yang diambil berjumlah minimaln yaitu 96 sampel. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik maka diputuskan untuk menggunakan sampel sejumlah 100 responden.

3.4 Definisi Operasional Variable dan Instrumen Penelitian

3.4.1 Definisi Operasional Variable

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati, atau suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2001). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel dependen dan variabel independen. Masing-masing variabel memiliki definisi indikator empiris dan pengukuran, variabel dependen dilambangkan dengan Y, dan variabel independen dilambangkan dengan X.

Tabel 3.2

DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Definisi Teoritis	Definisi Operasional	Indikator	skala
Keputusan Konsumen (Y)	Menurut Kotler dan Garry (2001) dalam Frida Setya Ayu Wulandari (2015) keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan, yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan	Keputusan konsumen adalah keinginan seseorang untuk menggunakan produk atau jasa yang sebelumnya telah mereka beli atau rasakan manfaatnya	a. Pengenalan masalah b. Mencari infirmasi c. Penilaian alternative d. perilaku	Skala Likert

	mempergunakan barang yang ditawarkan oleh produsen			
Diferensiasi Produk (x_1)	Diferensiasi berarti bahwa suatu produk atau jasa memiliki tidak saja perbedaan dengan produk atau jasa yang sudah ada, melainkan juga merupakan titik keunggulanyang dibandingkan dan diferensiasi tidak berarti asal berbeda, sehingga kalau sudah berbeda berarti pasti memiliki titik keunggulan yang dimaksud (Kotler, 2005)	Diferensiasi produk adalah strategi yang dilakukan oleh perusahaan agar produk yang ditawarkan berbeda dari produk pesaing	a. Diferensiasi produk b. Diferensiasi Kualitas Pelayanan c. Diferensiasi Personil d. Diferensiasi Distribusi e. Diferensiasi Citra	Skala liker
Kualitas Pelayanan (x_2)	Pelayanan adalah perilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dia konsumsi dapat diterima atau dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan	Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada customer atau pengguna jasa agar merasa puas atas jasa atau pelayanan	a. <i>tangible</i> b. <i>reability</i> c. <i>responsivine</i> d. <i>Assurance</i> e. <i>Empaty</i>	Skala liker

		yang telah diberikan.		
Bagi hasil (x_3)	Menurut Al-Qardhawi (2001) dalam (R Daulay,2013) Bagi hasil merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat”. Sebagai konsekuensi dari kerjasama adalah memikul resiko, baik untung maupun rugi. Jika untung yang diperoleh besar maka penyedia dana dan pekerja menikmati bersama sesuai dengan kesepakatan sebelumnya dan jika rugi usaha maka harus dirasakan bersama.	Bagi hasil adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan, memberikan kemudahan, manfaat dan adil bagi kedua belah pihak.	a. keuntungan b. kemudahan c. manfaat d. adil	Skala liker

3.4.2 Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket berisi butir-butir pertanyaan yang diberi tanggapan oleh responden yaitu nasabah atau pengguna jasa bank syariah mandiri kota Bandar. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert*. Pembuatan kisi-kisi angket dalam penelitian ini yaitu mengadopsi dari penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut :

1. Pembuatan kisi-kisi angket variabel diferensiasi dalam penelitian ini mengadopsi langsung dari Ayu Rizki Fadhilah yang berjudul “pengaruh strategi diferensiasi, *positioning product*, dan citra merek terhadap keputusan nasabah untuk menabung di kcp bank syariah mandiri salatiga.
2. Pembuatan kisi-kisi angket variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengadopsi langsung dari Frida Setya Ayu Wulandari yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pemilihan produk tabungan (studi pada bank bni syariah cabang yogyakarta)
3. Pembuatan kisi-kisi angket variabel bagi hasil dalam penelitian ini mengadopsi langsung dari Rukmini yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan, bagi hasil dan keyakinan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank sumut syariah capem kota baru marelana.

Tabel 3.3

Indikator Variabel Dependen dan Variabel Independen

Variabel	Indicator	Referensi	Pengukuran
Diferensiasi produk (x_1)	a. Diferensiasi Produk b. Diferensiasi kualitas pelayanan c. Diferensiasi personil	Kotler (2006) dalam Ayu Rizki Fadhila (2016)	Skala likert

Kualitas Pelayanan (x_2)	a. <i>Tangible</i> b. <i>Reability</i> c. <i>Responsiveness</i> d. <i>Assurance</i> e. <i>Empaty</i>	Fandy Tjiptono (2005)	Skala likert
Bagi hasil (x_3)	a. keuntungan b. kemudahan c. maanfaat d. adil	Rukmini (2016)	Skala likert
Keputusan konsumen (y)	a. Pengenalan masalah b. Mencari informasi c. Penilaian alternative d. perilaku pasca pembelian	Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,2009	Skala likert

Tabel 3.4

Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indicator	No item
Diferensiasi produk (x_1)	a. Diferensiasi Produk	1, 2, 3
	b. Diferensiasi kualitas pelayanan	4, 5, 6
	c. Diferensiasi personil	7, 8, 9

Kualitas Pelayanan (x_2)	<i>a. Tangible</i>	1, 2, 3, 4
	<i>b. Reability</i>	5, 6, 7, 8
	<i>c. Responsiveness</i>	9, 10, 11, 12
	<i>d. Assurance</i>	13, 14,
	<i>e. Empaty</i>	15
Bagi hasil (x_3)	a. Keuntungan	1
	b. Kemudahan	2
	c. Maanfaat	3
	d. Adil	4
Keputusan konsumen (y)	a. Pengenalan masalah	1, 2, 3, 4
	b. Mencari informasi	5, 6, 7
	c. Penilaian alternative	8
	d. perilaku pasca pembelian	9, 10

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah Statistik deskriptif. Definisinya adalah gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varians, *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* atau disebut kemencengan distribusi (Ghozali, 2011) dalam Rinki (2018) Statistik deskriptif berhubungan dengan metode pengelompokkan, peringkasan dan penyajian data dalam cara yang lebih informatif. Analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini akan menggunakan bantuan teknologi komputer yaitu menggunakan program aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 20.0.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *Regresi Linier Berganda*. Dalam melakukan analisis *regresi linier berganda*,

metode ini mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik agar mendapatkan hasil regresi yang baik (Ghozali. 2011).

Rumus persamaan regresi linier berganda tersebut yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Di mana :

Y : Keputusan Konsumen menggunakan jasa bank Syariah Mandiri

X1 : diferensiasi produk

X2 : Kualitas pelayanan

X3 : bagi hasil

3.6 Uji Persyaratan Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Sebelum penelitian dilakukan, instrumen yang digunakan untuk mengambil data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan ujicoba / *tryout* instrumen, untuk mengetahui tingkat kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas). Suharsimi Arikunto (2010) menyatakan bahwa tujuan ujicoba instrumen yang berhubungan dengan kualitas adalah upaya untuk mengetahui validitas dan reliabilitas. Suatu instrumen itu valid, apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur. Sedangkan tinggi reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat mengukur apa yang dimaksud dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan diantara subjek.

Data yang baik adalah data yang sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya dan data tersebut bersifat tetap dan dapat dipercaya. Data yang sesuai dengan kenyataannya disebut data valid dan data yang dipercaya disebut dengan data reliabel. Agar dapat diperoleh data yang valid dan reliabel, maka instrumen penilaian yang digunakan untuk mengukur objek yang akan dinilai baik tes atau nontes harus memiliki bukti validitas dan reliabilitas.

Uji validitas pada penelitian keputusan konsumen menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri dengan menggunakan uji validitas korelasi *product moment*. Rumus tersebut sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total yang diperoleh

N = Jumlah responden

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat nilai Y

(Suharsimi Arikunto, 2010)

Hasil perhitungan rxy atau rhitung dikonsultasikan dengan harga rtabel dengan taraf signifikan 5%. Jika harga rhitung lebih besar dari rtabel maka dapat dikatakan item tersebut valid.

3.6.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam penelitian ini pengujian tentang reliabilitas suatu instrumen dapat dilakukan dengan metode belah dua atau (*Split-half Method*). Untuk keperluan analisis tersebut, maka rumus alpha yang digunakan untuk menghitung reliabilitas alat ukur atau instrumen dinyatakan sebagai berikut :

$$\alpha = 2 \left(1 - \frac{s_1^2 + s_2^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

α = Tingkat reliabilitas instrument yang dicari

s_1^2 = Varian dari skor belahan pertama

s_2^2 = Varian dari skor belahan kedua

s_x^2 = Varian dari skor keseluruhan

(R.Gunawan Sudarmanto,2013)

3.7 Uji Asumsi klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut :

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$ (Imam Ghozali, 2011).

3.7.2 Uji Multikolerasi

Menurut Imam Ghozali (2011) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.7.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, uji yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji glejser dengan melihat koefisien signifikansi, jika tingkat koefisiensi signifikansi lebih besar dari alpha yang ditetapkan (5%) maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2011).

3.6 Uji Hipotesis

3.6.1 Analisis Linier Berganda

Analisis regresi ganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat yaitu untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas. Dalam penelitian ini kegunaan analisis regresi ganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh diferensiasi produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pada Bank Syariah Mandiri Kota Bandar Lampung.

Model hubungan nilai pelanggan atau konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y = Keputusan Konsumen

a = Konstanta

b₁-b₃ = Koefisien regresi yang akan ditaksir

X₁ = Diferensiasi Produk

X₂ = Kualitas Pelayanan

X₃ = Bagi hasil

e=*error* / variabel pengganggu.

Dalam persamaan regresi ini, variabel dependennya adalah keputusan konsumen menggunakan jasa BSM, sedangkan variabel independennya adalah diferensiasi produk, kualitas pelayanan, dan bagi hasil.

3.6.2 Uji-t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali,2011). Dengan tingkat signifikan 5% maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai signifikan $t < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen
2. Apabila nilai signifikan $t > 0,05$ maka H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

3.6.4 Uji - F

Uji kelayakan model dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi layak atau tidak untuk digunakan. Pengujian ini menggunakan statistik F yang terdapat pada tabel Anova. Langkah pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Jika probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\text{Sig} < 0,05$) maka model penelitian dapat digunakan atau model tersebut sudah layak.
2. Jika probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi ($\text{Sig} > 0,05$) maka model penelitian tidak dapat digunakan atau model tersebut tidak layak.