

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang akan dicapai maka jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau penelitian penjelasan. *Explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengajuan hipotesis dengan menggunakan data-data yang sama. Dalam pelaksanaannya, *explanatory research* menggunakan metode penelitian survai, pendekatan survai adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.¹

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasional konsep.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BMT Harapan Ummat yang berlokasi di Stand Pasar Larangan unit 3 no.031, Sidoarjo pada tanggal 05 sampai dengan 31 Desember 2012.

¹ Singarimbun dan Effendi, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3ES,1995), 3.

C. Obyek Penelitian

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.² Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo yang menggunakan produk pembiayaan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³ Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel bertujuan (*purposive sample*), pengambilan sampel ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan data yang diinginkan, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti.⁴ Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, berdasarkan pendapat Maholtra dalam buku “*Metodologi Riset Pemasaran*”, bahwa jumlah pengamatan (ukuran sampel) paling sedikit digunakan harus empat kali banyaknya item dari variabel yang diamati.⁵ Berdasarkan pendapat Maholtra, banyaknya item yang digunakan dalam penelitian ini adalah $13 \times 4 = 52$, oleh karena itu peneliti mengambil sampel sebanyak 52 responden.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta, Cet. 9, 2006), 72.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 80.

⁴ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: Indeks, 2009), 74

⁵ Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 143.

Variabel Bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. Dalam hal ini variabel bebasnya adalah *personal selling* (X) yaitu komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap suatu produk sehingga mereka kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli atau menggunakannya.

Indikator dan item dari variabel *personal selling* dalam penelitian ini adalah:

a. Pendekatan (X_1)

Merupakan proses yang dilakukan seorang wiraniaga dalam *personal selling* bertemu dan menyapa pembeli (prospek) untuk mendapatkan hubungan atau memulai awal yang baik. Dalam variabel ini dapat diturunkan variabel item-item yang diteliti berdasarkan indikator bertemu dan menyapa, yaitu :

- Memperkenalkan identitas diri.
- Keramahan kalimat pembuka yang diucapkan tenaga marketing.
- Ketepatan waktu kunjungan tenaga marketing.

b. Presentasi (X_2)

Merupakan proses dimana seorang wiraniaga memberikan penjelasan tentang produk kepada konsumen baik manfaat, keuntungan yang didapat bagi konsumen. Dalam variabel ini dapat diturunkan variabel item-item yang diteliti berdasarkan indikator penjelasan produk, yaitu:

- Kecakapan tenaga marketing dalam menjelaskan dalam menjelaskan produknya.
- Pengetahuan tenaga marketing terhadap produk.

- Penjelasan rinci mengenai perhitungan margin atau nisbah.

c. Menangani Keberatan (X_3)

Adalah proses *personal selling* dimana wiraniaga menyelidiki, mengklarifikasi dan mengatasi keberatan pelanggan untuk membeli. Dalam variabel ini dapat dijelaskan variabel item-item yang diteliti berdasarkan indikator menyelidiki, mengklarifikasi, dan mengatasi yaitu:

- Pertanyaan tenaga marketing terhadap keluhan nasabah.
- Tenaga marketing dapat memberikan solusi dari keluhan yang dirasakan nasabah.
- Kejelasan jawaban tenaga marketing terhadap keluhan nasabah.

d. Menutup Penjualan (X_4)

Adalah proses *personal selling* dimana wiraniaga menanyakan apa yang hendak dipesan oleh pelanggan. Dalam variabel ini dapat dijelaskan variabel item-item yang diteliti berdasarkan menanyakan pesanan, yaitu:

- Sikap tenaga marketing ketika menanyakan pesanan.
- Kemudahan dalam mengurus administrasi.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah (Y) yaitu suatu tindakan nyata yang dilakukan oleh konsumen dalam menentukan pilihan suatu produk dengan disertai pertimbangan-pertimbangan, seperti:

- Penawaran produk yang dianggap meyakinkan.

- Adanya ketertarikan pada sistem bisnis yang menguntungkan.

E. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan serta penelitian terdahulu mengenai *personal selling* maka peneliti mempunyai dugaan:

1. H_1 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari variabel *personal selling* yang terdiri dari pendekatan, presentasi, menangani keberatan, dan menutup penjualan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.
2. H_2 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel pendekatan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.
3. H_3 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel presentasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.
4. H_4 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel menangani keberatan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.
5. H_5 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel menutup penjualan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.

F. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran.

Pengujian ini akan dilakukan dengan teknik korelasi *product moment* dari *pearson* dengan standar rumus sebagai berikut:⁶

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien validitas item yang dicari.

X = Skor responden untuk tiap item.

Y = Total skor tiap responden dari seluruh item.

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = jumlah subyek

Apabila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas, maka factor tersebut merupakan konstruk yang kuat, sehingga instrument tersebut bisa dikatakan valid.⁷

2. Uji Reliabilitas

⁶R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 77-79.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 115.

Uji reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Arikunto merumuskan *alpha cronbach* yang telah dibakukan sebagai berikut :⁸

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha cronbach* > 0,60. Untuk menghasilkan hipotesis yang valid dan reliable maka harus diukur dengan instrumen yang valid dan reliable. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, maka sebelum data yang terkumpul dianalisis harus dibuktikan terlebih dahulu bahwa kuesioner tersebut telah valid dan reliable, sehingga dalam analisisnya nanti menghasilkan hipotesis yang valid juga. Untuk mempermudah dalam analisis data, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan alat bantu *SPSS 19.0 for Windows*.

3. Uji Asumsi Klasik

Agar dapat diperoleh nilai pemikiran yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam pelaksanaan analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik

⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), 239.

sebagai berikut (pengolahan data dengan komputerisasi menggunakan program *SPSS 19.0 for Windows*):

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.⁹

b. Uji non-multikolinearitas

Uji non-multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar peubah bebas (*variabel independent*). Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem *multikolinieritas*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara peubah bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*varians inflation factor*).

Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*variance inflation factor*) sebagai lawannya. *Tolerance* mengukur variabilitas variable bebas yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variable bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolenieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang dipakai oleh nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10

⁹ Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, 178.

nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoleniaritas antar variabel bebas dalam model regresi.¹⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi pada fungsi regresi adalah apabila variasi faktor pengganggu selalu sama pada data pengamatan yang satu ke data pengamatan yang lain.¹¹ Jika ciri ini dipenuhi, berarti variasi faktor pengganggu pada kelompok data tersebut bersifat homoskedastik. Jika asumsi tersebut tidak dapat dipenuhi maka dapat dikatakan terjadi penyimpangan. Penyimpangan terhadap faktor pengganggu demikian itu disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual data yang ada. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Cara yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan Uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.¹²

G. Data dan sumber data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yakni data yang berbentuk angka atau bilangan. Sedangkan tipe data yang digunakan adalah data interval yakni data hasil

¹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi Kedua*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 57-74.

¹¹ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 106.

¹²Duwi, "Uji Heteroskedastisitas," dalam: <http://duwiconsultant.blogspot.com>, (29Desember 2012).

pengukuran yang dapat diurutkan atas dasar kriteria tertentu. Data Interval dapat dilakukan data penjumlahan dan pengurangan.¹³ Pengukuran data ini menggunakan skala *likert*.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama atau diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner yang telah disebarkan kepada responden.¹⁴

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari menyebarkan kuesioner kepada nasabah yang menggunakan produk pembiayaan BMT.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh tidak dari sumbernya langsung melainkan dari pihak lain dan sudah diolah.¹⁵ Data ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh organisasi seperti halnya struktur organisasi.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuisisioner

Untuk teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Data diperoleh dengan berdasarkan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian fenomena sosial. Dengan lima tingkatan yang terdiri dari:¹⁶

¹³ Cahya Suryana, "Data dan Jenis data Penelitian," dalam <http://csuryana.wordpress.com>, (17 Desember 2012).

¹⁴ Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, 153.

¹⁵ *Ibid*, 155.

- Sangat setuju diberi skor 5
- Setuju diberi skor 4
- Ragu-ragu diberi skor 3
- Tidak setuju diberi skor 2
- Sangat tidak setuju diberi skor 1

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang dikumpulkan dengan melihat dokumen atau catatan yang relevan dengan masalah.¹⁷ Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat brosur serta dokumen-dokumen BMT Harapan Ummat dengan tujuan memperoleh teori dan data yang dapat menunjang penelitian dan juga literatur yang berhubungan dengan *personal selling*.

H. Teknik Analisis Data

Untuk mempermudah dalam analisis data dilakukan dengan alat bantu *SPSS 19.0 for Windows*.

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut:¹⁸

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 86-87

¹⁷ Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, 163.

¹⁸ *Ibid.*, 181.

Keterangan:

Y = variabel terikat yaitu keputusan pembelian

a = konstanta

$b_1 - b_4$ = koefisien regresi variabel bebas ke-1 sampai ke-4

x_1 = pendekatan

x_2 = presentasi

x_3 = menangani keberatan

x_4 = menutup penjualan

b. Uji Hipotesis

1) Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat.¹⁹ Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan adalah:

a) Perumusan Hipotesis

H_1 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari variabel *personal selling* yang terdiri dari pendekatan, presentasi, menangani keberatan, dan menutup penjualan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.

b) Nilai kritis distribusi F dengan *level of significant* $\alpha = 5\%$

$$F_{\text{Tabel}} = F_{\alpha; \text{numerator}; \text{denominator}} = F_{0.05; k-1; n-k}$$

c) Kriteria penolakan atau penerimaan jika :

¹⁹ *Ibid.*, 182.

- i. $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_1 ditolak ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.
- ii. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_1 terbukti hal ini berarti terdapat pengaruh yang simultan terhadap variabel X dan Y)

2) Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.²⁰

Pengujian ini dilakukan dengan langkah- langkah sebagai berikut:

a) Perumusan Hipotesis

H_2 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel pendekatan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.

H_3 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel presentasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.

H_4 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel menangani keberatan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.

H_5 = Ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel menutup penjualan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo.

b) Menentukan nilai kritis dengan *level of significant* $\alpha = 5\%$

²⁰ *Ibid.*, 182.

$$t_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2; n-k-1)}$$

c) Penentuan kriteria penerimaan dan penolakan jika:

- i. $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_2, H_3, H_4, H_5 ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.
- ii. $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_2, H_3, H_4, H_5 terbukti, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.