

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif yang akan menitik beratkan pada pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda yang akan menghasilkan kesimpulan dari penelitian yang dilaksanakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik (Fatihudin, 2015:146).

B. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel disini digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan digunakan untuk meneliti pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang 1 Surabaya. Variabel secara umum diukur melalui total skor atribut dari masing-masing variabel. Skor nilai atribut terdiri atas 5 (setuju sekali), 4 (setuju), 3 (ragu-ragu), 2 (tidak setuju), 1 (sangat tidak setuju). Identifikasi variabel sebagai berikut.

1. Variabel bebas

Variabel bebas merupakan faktor yang menjadi sebab terjadinya perubahan pada variabel terikat. Variabel bebas dari penelitian ini terdiri atas Promosi (X_1) Kualitas Layanan (X_2).

2. Variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang di pengaruhi oleh variabel bebas.

Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah minat nasabah (Y).

C. Definisi Operasional dan pengukuran variabel

Deskripsi operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Promosi (X_1)

Indikator	Sub Indikator	Pernyataan yang dikembangkan
a. Frekuensi promosi	1. Banyaknya intensitas promosi yang dilakukan perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. PT. Adira DMF sering melakukan promosi. 2. PT. Adira selalu mengadakan event setiap tahun dengan melibatkan masyarakat luas. 3. Penyebaran brosur sering dilakukan oleh PT. Adira dibanding leasing lain.
b. Kualitas promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelaksanaan promosi. 2. Kualitas tanggapan promosi oleh konsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaksanaan promosi yang dilakukan PT. Adira sangat memuaskan. 2. Apa yang dipromosikan PT. Adira sesuai dengan kualitas jasa yang dijual 3. Promosi yang ditawarkan memberikan informasi yang memuaskan. 4. Sosialisasi penawaran menonjolkan manfaat jasa melalui bahasa komunikasi yang dapat dipahami konsumen.

c. Kuantitas promosi	1. Kuantitas serangkaian promosi yang dilakukan perusahaan.	1. Banyaknya program promosi yang dilakukan PT. Adira DMF sangat beragam dan kreatif. 2. PT. Adira DMF menawarkan potongan angsuran melalui pameran. 3. PT. Adira DMF memberikan hadiah dan undian yang menarik pada nasabah.
d. Waktu promosi	1. Program penawaran khusus dalam jangka waktu tertentu.	1. PT. Adira melakukan penawaran khusus (harian, mingguan, bulanan, tahunan). 2. Undian berhadiah dilakukan \geq 6 bulan sekali.
e. Ketepatan promosi penjualan	1. Penawaran dengan turun langsung pada pasar sasaran (grebek pasar). 2. Tempat pelaksanaan promosi.	1. PT. Adira melakukan promosi langsung pada pasar sasaran. 2. Tempat kegiatan promosi yang dilakukan mudah diakses oleh calon konsumen.

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Indikator	Sub Indikator	Pernyataan yang dikembangkan
a. Berwujud	1. Kenyamanan dan kebersihan perusahaan gedung, parkir, dan ruang tunggu. 2. Penampilan karyawan dalam melayani nasabah. 3. Kelengkapan peralatan dan bahan komunikasi yang digunakan perusahaan.	1. PT. Adira memiliki fasilitas yang nyaman, bersih dan rapi. 2. Karyawan PT. Adira berpakaian yang rapi dan bersih. 3. PT. Adira memiliki kelengkapan alat produksi jasa yang bagus.
b. Keandalan	1. Memberikan pelayanan yang tepat waktu. 2. Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan.	1. Pelayanan yang diberikan PT. Adira tepat waktu. 2. Karyawan bersikap ramah pada konsumen.

c. Ketanggapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Respon karyawan dalam menangani komplain. 2. Kecepatan dalam memberikan pelayanan pada konsumen. 3. Kesigapan menangani masalah pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan karyawan menangani komplain sangat baik. 2. PT. Adira memberikan pelayanan yang cepat. 3. Karyawan sigap memecahkan masalah pelanggan.
d. Jaminan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan rasa aman pada produk atau jasa yang ditawarkan. 2. Keamanan dalam melakukan pembayaran angsuran. 3. Jaminan asuransi produk atau jasa. 4. Kesopanan dan keramahan karyawan pada pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk jasa yang ditawarkan PT. Adira sangat bermutu. 2. PT. Adira menerapkan kemudahan untuk melakukan angsuran di cabang lain. 3. PT. Adira memberikan asuransi jika terjadi kerusakan atau kehilangan. 4. Karyawan memberikan layanan dengan ramah dan sopan pada pelanggan.
e. Empati	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan. 2. Memberikan perhatian personal kepada para pelanggan. 3. Kepedulian karyawan dalam memahami setiap kebutuhan pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan selalu memberikan perhatian untuk kepentingan pelanggan. 2. Karyawan peka terhadap permasalahan yang dialami nasabahnya. 3. Karyawan selalu siap membantu menyelesaikan permasalahan yang menjadi kebutuhan pelanggan. 4. Karyawan selalu menanyakan apa yang diinginkan pelanggan.

3. Variabel minat nasabah (Y)

Indikator	Sub Indikator	Pernyataan yang dikembangkan
a. Ketertarikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemusatan perhatian terhadap produk atau jasa perusahaan. 2. Ketertarikan pada promosi yang dilakukan perusahaan. 3. Partisipasi dalam program promosi atau pameran yang dilakukan oleh PT. Adira di suatu tempat tertentu. 4. Kualitas dan kuantitas jenis jasa yang ditawarkan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk pembiayaan yang ditawarkan PT. Adira sangat bagus. 2. Promosi berhadiah yang dilakukan perusahaan sangat menarik 3. Menawarkan harga dengan jelas dan informasi yang lengkap. 4. Ketertarikan karena melihat kualitas dan kuantitas jasa yang dijual.
b. Keinginan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan mencoba menggunakan jasa perusahaan. 2. Keinginan mereferensikan pada orang lain. 3. Adanya kebutuhan konsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi dan pelayanan yang diberikan menciptakan minat untuk menggunakan jasa PT. Adira DMF. 2. Konsumen akan merekomendasikan produk jasa PT. Adira pada keluarga dan teman-teman. 3. Berminat karena sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah.
c. Keyakinan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Besarnya manfaat yang diperoleh dari produk atau jasa tersebut. 2. Kualitas produk jasa yang akan dibeli. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan untuk menggunakan produk jasa karena besarnya manfaat yang akan diterima. 2. Konsumen mempunyai rasa yakin terhadap produk pembiayaan yang sangat bermutu. 3. Kemudahan dalam complain jika terjadi suatu permasalahan.

D. Teknik pengumpulan data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Menurut (Fatihudin 2015:116) data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari obyek penelitian. Data primer yang bersumber dari jawaban responden atas koesioner yang dibagikan.

2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diambil langsung dari nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya dengan cara menyebarkan kuesioner.

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sudjana dalam Fatihudin (2015:64) adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran, kuantitatif atau kualitatif dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan obyek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah menjadi nasabah di PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya pada tahun 2018 dengan jumlah 13,784 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi Fatihudin (2015:64). Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini *purposive sampling* Menurut Fatihudin (2015) *purposive sampling* seseorang diambil sebagai sampel dengan

maksud dan tujuan tertentu karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.

Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 elemen Sugiono (2010:52). Penentuan besarnya sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. Al, 1960:182) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (Moe)^2}$$

Dimana:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

Moe : *Margin of error* merupakan tingkat kesalahan maksimal yang masih dapat ditoleransi sebesar 10%.

Berdasarkan data yang telah diperoleh, diketahui bahwa jumlah nasabah pada tahun 2018 sebanyak 13,784 orang. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N (Moe)^2}$$

$$n = \frac{13.784}{1 + 13.784 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{13.784}{138.84}$$

$n = 99,279$ dibulatkan menjadi 100 responden

F. Teknik Pengolahan Data

Untuk mengolah data yang telah dikumpulkan dari hasil penelitian, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik regresi

berganda dengan alat bantu pengolahan data statistik program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.0 for Windows yang digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah.

G. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji validitas item yang bertujuan untuk menguji tiap butir pertanyaan benar-benar telah mengungkapkan indikator yang telah diteliti. Jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis r maka suatu pertanyaan dianggap valid dan sebaliknya. Setiap item pernyataan atau pertanyaan dilakukan uji validitas dengan menggunakan Corrected Item-Total Correlation pada hasil SPSS 20. Setiap item instrumen pertanyaan dikatakan valid apabila Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas sebagai berikut: (Duwi Priyatno : 2012)

Jika nilai signifikansi $\bullet > 0,05$ maka item dinyatakan tidak valid.

Jika nilai signifikansi $\bullet < 0,05$ maka item dinyatakan valid.

Jika nilai koefisien korelasi diatas 0.195 (r hitung $\bullet > 0.195$) maka item dinyatakan valid.

Jika nilai koefisien korelasi dibawah 0.195 (r hitung $\bullet < 0.195$) maka item dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu menghasilkan sebuah konstruk yang umum. Secara umum, Untuk

mengetahui reabilitas konsistensi internal dengan menghitung koefisien alpha atau $r_{alpha}(\alpha)$. Instrument dikatakan reliable apabila nilai *croncbatch* alpha lebih besar dari 0,6.

- a. Jika r_{alpha} positif $< r_{tabel}$ menunjukkan bahwa item pengukuran tidak reliabel.
- b. Jika r_{alpha} positif $> r_{tabel}$ menunjukkan bahwa item pengukuran reliabel.

H. Analisis data

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Data yang digunakan sebagai model regresi linier berganda dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji kenormalan distribusi residual. Uji normalitas pada penelitian ini telah dilakukan dengan uji statistik yang dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji kenormalan distribusi residual. Uji normalitas pada penelitian ini telah dilakukan dengan uji statistik yang dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Kolmogrov-Sminormov* (K-S). Jika nilai probabilitas *Kolmogrov-Sminormov* lebih kecil dari 0,05 maka residual tersebut tidak berdistribusi normal, dan jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka residual tersebut berdistribusi normal.

Cara lain, yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada suatu sumbu diagonal dari grafik normal *Probability Plot* (P-P Plot). Jika residual menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi

memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya dapat juga dilihat dari grafik historigramnya, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik historigramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen variabel). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya kolinieritas dalam regresi dapat dilihat dari (1) Nilai *Tolerance* dan (2) *Variance Inflation Faktor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai Cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$, dan jika nilainya tolerance $> 0,05$ atau sama dengan nilai $VIF < 5$ maka tidak multikolinieritas. (Gozali, 2013).

c. Uji Heteroskedastisitas

Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Cara mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola titik-titik pada scatterplots regresi. Cara yang ke dua menurut (Gozali 2013) adalah:

- 1) Nilai probabilitas $> 0,05$ berarti bebas dari heteroskedastisitas
- 2) Nilai probabilitas $< 0,05$ berarti terkena heteroskedastisitas.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk meramalkan perubahan variabel terikat, (Minat menjadi nasabah) yang disebabkan oleh perubahan variabel bebas (promosi dan kualitas pelayanan).

Persamaan yang digunakan dalam metode linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Y = Minat menjadi nasabah

a = Konstanta

b_1 - b_2 = Koefisien regresi variabel bebas

X_1 = Promosi

X_2 = Kualitas pelayanan

e = Variabel lain yang tidak diteliti dalam model

3. Uji r (Koefisien Korelasi)

Koefisien Korelasi merupakan analisis data untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel (X) dan (Y) yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x_1^2 \sum x_2^2)(\sum y^2)}}$$

(Santoso, 2009)

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

x_1 = promosi

x_2 = kualitas pelayanan

y = minat menjadi nasabah

4. Uji r^2 (Koefisiensi Determinasi)

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{(\sum xy)^2}{\sqrt{(\sum x_1^2 \sum x_2^2)(\sum y^2)}}$$

Dimana :

r^2 = Koefisien determinasi

x_1 = promosi

x_2 = kualitas layanan

y = pendapatan

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

Jika $r^2 = 0$, maka garis regresi sangat tidak dapat mencocokkan atau sangat tidak tepat dalam meramalkan nilai (Y).

Jika $r^2 = 1$, maka garis regresi sangat cocok atau sangat tepat untuk meramalkan nilai (Y).

5. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji koefisien regresi secara bersama-sama)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel terikat. Untuk menghitung F_{hitung} digunakan alat bantu SPSS *for windows* versi 20. Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji adalah sebagai berikut:

- 1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$: artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara serentak dari variabel bebas X_1 dan X_2 terhadap variabel terikat Y .
- 2) H_1 : minimal ada satu β yang $\neq 0$: artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara serentak dari variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel terikat Y .

Jika :

$F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima

$F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak

b. Uji t (Uji koefisien regresi secara parsial)

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dilakukan dengan uji statistik, yaitu dengan menggunakan uji t. Uji t atau biasa disebut uji hipotesis parsial adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji tingkat signifikan atau tingkat kepercayaan dari koefisiensi regresi. Untuk menghitung t_{hitung} digunakan alat bantu SPSS *for windows* 20. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) H_0 : tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari masing-masing variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y).
- 2) H_1 terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari masing-masing variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y).

Pengambilan keputusan dengan kriteria berikut :

Hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$

Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 ditetima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai signifikan $< 0,05$