

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang datanya berupa data kuantitatif. Oleh karena itu, dalam menganalisis data digunakan analisis kuantitatif (output) yang sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga terciptanya desain penelitian. Menurut (Sugiono, 2012), metode penelitian kuantitatif dapat digunakan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filosofi positivisme untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya acak, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen survei, dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik untuk pengujian hipotesis (A. Ibrahim et al., 2018).

Manfaat metode penelitian kuantitatif ini adalah untuk mengetahui Analisis Pengaruh Faktor Promosi, Pengetahuan Produk, Dan Kualitas Pelayanan PT Pegadaian Syariah (Persero) Terhadap Minat Untuk Menggunakan Tabungan Emas (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Jambi). Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan kausal antar variabel penelitian, yaitu variabel independen terhadap variabel dependen, dan data yang didapat dianalisis menggunakan Statistik SPSS versi 27.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data yang dikumpulkan dengan cara memperolehnya langsung dari subjek/fasilitas penelitian atau informan penelitian (Darwin et al., 2021). Cara peneliti mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan instrumen survei yang dibagikan kepada masyarakat kota jambi .Data primer penelitian dikumpulkan langsung pada sumbernya dengan cara pengukuran, penghitungan sendiri dalam bentuk angket, Observasi, wawancara, dll (Priadana & Sunarsi, 2021).

3.2.2 Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian adalah objek dari mana data itu diperoleh atau diambil yaitu pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Jambi. Jika peneliti menggunakan angket atau wawancara untuk mengumpulkan data, maka sumber datanya disebut responden, yaitu orang yang menjawab atau menjawab pertanyaan peneliti, baik secara lisan maupun tertulis, dan jika peneliti menggunakan teknik Observasi, maka data sumber dapat berupa objek, gerakan, dan peristiwa (Abubakar, 2021). Peneliti juga melakukan wawancara langsung dengan karyawan pegadaian syariah kota jambi cabang jelutung untuk mendapatkan data yang diperlukan.

3.3 Metode Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kelompok yang diteliti pada suatu daerah tertentu dan pada waktu tertentu sesuai dengan ciri-ciri yang ditetapkan oleh peneliti. Populasi menjadi sumber data penelitian. Oleh karena itu, peneliti memilih populasi sasaran berdasarkan tujuan penelitian (Amruddin et al., 2022). Pada penelitian ini peneliti ingin meningkatkan minat masyarakat yang belum menggunakan bahkan mengetahui produk tabungan syariah oleh karena itu dikarenakan lokasi pegadaian syariah berada di kota jambi maka lokasi kota jambi dipilih sebagai populasi yaitu masyarakat kota jambi sebagai populasi yang masyarakatnya berjumlah 626.800

3.3.2 Sampel

Sebagian kecil dari total dan karakteristik populasi disebut sampel. Jika populasi besar dan peneliti tidak dapat memeriksa semua yang ada di populasi karena kekurangan waktu, uang dan sumber daya manusia, peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. Temuan dari sampel diterapkan pada populasi. Oleh karena itu, sampel harus benar-benar mewakili populasi. Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu, juga memiliki ciri-ciri tertentu, jelas dan lengkap, yang dianggap mewakili populasi (Agung & Yuesti, 2017).

a. Menentukan jumlah sampel yang dikoreksi

Dengan metode pengambilan sampel yang digunakan saat menggunakan metode sample random sampling, jumlah sampel secara otomatis lebih sedikit terpengaruh dibandingkan saat menggunakan metode stratified random sampling. Semakin banyak lapisan yang dibutuhkan, semakin besar polanya. Dari berbagai formula yang tersedia, hanya ada satu formula. Diantara rumus-rumus yang tersedia, terdapat salah satu rumus yang dapat digunakan untuk menentukan besar sampel, yaitu rumus Slovin (Priyono, 2008).

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai Kritis (Batas kesalahan) dengan nilai kritis sebesar 10%

Sampel yang digunakan adalah Jumlah populasi masyarakat Kota Jambi pada tahun 2023 yang berjumlah 627.774 orang dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{626.800}{(1 + 626.800 (10\%)^2)} \\ n &= \frac{626.800}{6.27,80} \\ n &= 99,98 \\ n &= 100 \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel (n) yang diambil adalah sebesar 99,98 dibulatkan menjadi 100 jadi peneliti mengambil sampel 100 masyarakat Kota Jambi.

Berdasarkan hasil dari rumus tersebut maka diperoleh sampel untuk penelitian ini sebanyak 100 sampel untuk minat masyarakat terhadap tabungan emas pegadaian syariah cabang jelutung, dengan menggunakan pengambilan sampel non probability sampling, yakni teknik Purposive sampling yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria pengambilan

sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat kota jambi yang belum mengetahui dan menggunakan produk tabungan emas pegadaian syariah cabang.

Peneliti mengambil semua kecamatan agar mewakili setiap kecamatan, karena jumlah penduduk di setiap kecamatan berbeda-beda dan Untuk Menentukan jumlah sampel perkecamatan peneliti menggunakan rumus:

$$n \frac{PDn}{\sum P} \times JS$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel perkecamatan

PDn = Banyaknya penduduk pada kelurahan n

$\sum P$ = Jumlah seluruh penduduk di kota Jambi

JS = Jumlah seluruh penduduk yang akan diambil sampel

Pada Tabel 3.1 dibawah ini merupakan hasil perhitungan setelah menggunakan rumus Dixon dan B.leach yang akhirnya diketahui jumlah responden perkecamatan.

Tabel 3.1 Jumlah Responden di Kota Jambi Berdasarkan Kecamatan

No	Jumlah kecamatan	Jumlah penduduk	Responden	
1.	Kota Baru	85.204	$\frac{85.204}{626800} \times 100 = 13,5$	13
2.	Alam Barajo	115.880	$\frac{115.880}{626800} \times 100 = 18,2$	18
3.	Jambi Selatan	57.837	$\frac{57.837}{626800} \times 100 = 9,2$	9
4.	Paal Merah	109.388	$\frac{109.388}{626800} \times 100 = 17,4$	17
5.	Jelutung	59.886	$\frac{59.886}{626800} \times 100 = 9,6$	10
6.	Pasar Jambi	11.112	$\frac{11.112}{626800} \times 100 = 1,7$	2
7.	Telanaipura	49.984	$\frac{49.984}{626800} \times 100 = 8,0$	8
8.	Danau Sipin	43.907	$\frac{43.907}{626800} \times 100 = 7,0$	7
9.	Danau Teluk	13.112	$\frac{13.112}{626800} \times 100 = 2,0$	2

10.	Pelayangan	13.106	$\frac{13.106}{626800} \times 100 = 2,10$	3
11.	Jambi Timur	67.384	$\frac{67.384}{626800} \times 100 = 10,8$	11
Jumlah		626.800		100

Sumber: Data situs resmi Badan Pusat Statistika Kependudukan Kota Jambi

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sebagai langkah penelitian yang paling penting karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan data yang akan diteliti. Metode atau teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan, yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah (A. Ibrahim et al., 2018).

Peneliti melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data yang diteliti yaitu dengan teknik sebagai berikut:

a. Angket atau Kuesioner

Kuesioner terdiri dari sejumlah instrumen pertanyaan yang didasarkan pada instrumen untuk mengukur variabel penelitian. Pengumpulan data melalui kuesioner sangat efektif. Responden hanya memilih jawaban yang diberikan oleh peneliti (Sahir, 2021).

Peneliti membagikan kuesioner kepada masyarakat Kota Jambi untuk memperoleh informasi dari responden terhadap Minat menabung tabungan emas. Sedangkan penilaian setiap jawaban angket dengan skala Likert terdiri dari serangkaian pernyataan tentang sikap responden terhadap topik penelitian. (Ahyar et al., 2020).

Umumnya dalam penelitian ilmu sosial, variabel penelitian tidak diukur secara langsung atau disebut sebagai variabel konseptual. Oleh karena itu, dalam aplikasi di lapangan, sebaiknya variabel ini digunakan dengan menggunakan skala pengukuran. Salah satu skala yang sering digunakan adalah skala Likert yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Santoso, 2022):

- a) 1 = Sangat tidak setuju
- b) 2 = Tidak setuju
- c) 3 = Netral atau Ragu – ragu

- d) 4 = setuju
- e) 5 = sangat setuju.

b. Wawancara

Pengumpulan data dipandu oleh pedoman wawancara yang disediakan sebagai alat penelitian. Peneliti melakukan wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan tersebut diajukan secara langsung dan langsung kepada sumber penelitian. Peneliti juga bisa mendapatkan umpan balik langsung dengan mencatat atau merekamnya (Darwin et al., 2021). Peneliti melakukan wawancara di PT Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan penelitian.

c. Observasi

Untuk melakukan penelitian di PT Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi, Peneliti menggunakan metode Observasi. Metode ini merupakan metode evaluasi penelitian yang paling umum. Ini biasanya digunakan untuk menilai aspek kognitif dan non-kognitif responden dan digunakan untuk menilai kinerja, minat, sikap, skor masalah, dan situasi responden. Dalam kuesioner dan wawancara, responden menulis jawaban berdasarkan yang mereka pikirkan, tetapi seringkali berbeda dengan yang mereka lakukan. Alasan-alasan tersebut menunjukkan bahwa teknik Observasi merupakan metode pengumpulan data yang lebih alami, realistis dan akurat (Ahyar et al., 2020).

d. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan peneliti tersebut bertujuan untuk mencari informasi dari tempat penelitian yaitu PT Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi, antara lain buku-buku yang relevan, peraturan, laporan kegiatan, foto, file dokumen dan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung dalam penelitian, dan bahkan dapat menjadi data kritis Ketika variabel diukur hanya melalui teknik pengumpulan data (A. Ibrahim et al., 2018).

3.5 Uji Instrumen Data

3.5.1 Uji Validitas

Derajat ketelitian data yang terjadi pada subjek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti disebut validitas. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang “tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sebenarnya yang terjadi pada subjek penelitian (Hardani et al., 2020).

Menurut Suliyanto, keputusan alat penelitian dapat dikonfirmasi atau dibatalkan berdasarkan nilai kritis $r_{0,30}$. Jika nilai r hitung lebih besar dari $r_{0,30}$ maka dapat dikatakan elemen alat sudah benar. Nilai di bawah $r_{0,30}$ berarti koefisien korelasi momen lebih besar dari r -tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari tabel r maka elemen alat dapat dikatakan benar. Jika r hitung kurang dari r tabel berarti tidak valid dapat dilihat r pada tabel Product Timing (Herispon, 2020).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas memeriksa konsistensi jawaban responden. Reliabilitas dinyatakan dalam angka, biasanya berupa koefisien, semakin tinggi koefisien maka semakin tinggi keyakinan atau konsistensi jawaban responden (Sahir, 2021). Dasar yang menentukan uji reliabilitas adalah sebagai berikut (Herispon, 2020):

- a. Jika nilai Cronbach alpha $> 0,60$ maka kuesioner yang diuji dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach alpha $< 0,60$, maka kuesioner yang diujikan dinyatakan tidak reliabel.

3.6 Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik memastikan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh bersifat linier dan dapat digunakan untuk menghasilkan prediksi valid (Wijayanti, 2016)

3.6.1 Uji Normalitas

Mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal adalah tujuan dari uji normalitas. Jika data terdistribusi normal, uji statistik parametrik dapat digunakan. Di sisi lain, Ketika data tidak terdistribusi secara normal, uji statistik non parametrik digunakan (A. Ibrahim et al., 2018). Model regresi yang baik harus memiliki analisis

grafis dan uji statistik dengan ketentuan sebagai berikut: Jika nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis diterima karena data berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis ditolak karena data tidak berdistribusi normal (Sahir, 2021).

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Alat pengujian model regresi untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas disebut uji multikolinearitas. Model regresi untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik harus menunjukkan tidak ada korelasi antara variabel independen. Pengujian multivariate dapat dilakukan dengan menggunakan uji regresi yang membandingkan nilai VIF (Faktor Inflasi Variabel) dan nilai toleransi. Kriteria uji multikolinearitas yaitu (Perdana, 2016):

- a. Penilaian VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Penilaian Toleransi ≥ 0.10 , maka multikolinearitas dikatakan tidak terdapat masalah.

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya masih ada, maka dikatakan varians seragam, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Wijayanti, 2016). Keputusan tersebut didasarkan pada pertimbangan jumlah kemungkinan dengan ketentuan sebagai berikut (Sahir, 2021):

- a. Jika signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis diterima karena data tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, maka hipotesis ditolak karena data menunjukkan heteroskedastisitas.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Metode Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif menurut Sugiyono adalah metode analisis data yang menggambarkan data yang terkumpul tanpa kesimpulan umum. Dengan metode ini diketahui nilai variabel bebas dan terikatnya. Metode analisis ini memberikan gambaran awal dari masing-masing variabel dalam penelitian. Dimana deskripsi data menunjukkan masing-masing variabel dengan nilai rata-rata, maksimum, minimum dan standar deviasi (Sahir, 2021).

3.7.2 Metode Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif juga dikenal sebagai analisis statistik, dimana prosesnya dapat dibagi menjadi tiga fase yang saling terkait yaitu Tahap pertama (tahap awal) tahap pengolahan data, Tahap kedua (tahap utama) tahap organisasi data, dan Tahap ketiga (tahap terakhir) tahap penentuan hasil. Tahap kedua dan ketiga penting karena membutuhkan pengetahuan dan ukuran berdasarkan statistik, karena itu analisis kuantitatif ini disebut analisis statistik (Agung & Yuesti, 2017)

Regresi berganda adalah teknik analisis yang melibatkan lebih dari dua variabel, yaitu dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat (Sahir, 2021). Regresi linier berganda: analisis regresi dengan dua atau lebih variabel independen dengan rumus umum (Nihayah, 2019):

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

Y = Minat masyarakat

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = Promosi

X_2 = Pengetahuan Produk

X_3 = Kualitas Pelayanan

e = Residual / Error

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji-t menunjukkan sejauh mana satu variabel penjelas atau independen secara individual menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai t yang dihitung dapat dilihat pada tabel koefisien yang disertakan pada hasil pengolahan data regresi linier sederhana (Wijayanti, 2016). Uji t digunakan peneliti untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel promosi (X1), Kualitas pelayanan (X2) dan Pengetahuan produk (X3) secara terpisah atau parsial.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah (Sahir, 2021):

- a. $H_0: t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.
- b. $H_1: t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

3.8.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat digunakan uji f (Wijayanti, 2016). Pembuktiannya diuji dengan menyamakan F hitung dengan F tabel pada derajat kepercayaan 5% $df = (n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah (Sahir, 2021):

- a. H_0 : Variabel independen secara keseluruhan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. H_1 : Variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Dasar mengukur seberapa baik model mampu mengubah variabel dependen adalah Koefisien determinasi (R^2). Jika nilai R^2 kecil, berarti Kemampuan menjelaskan variasi variabel bebas Promosi (X1), Pengetahuan Produk (X2), dan Kualitas pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk Menggunakan Produk Tabungan Emas (Y) sangat terbatas

(Wijayanti, 2016). Koefisien determinasi biasanya dilambangkan dengan (R^2), yang pada prinsipnya menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi dalam model regresi tetap kecil atau mendekati nol, berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, atau semakin mendekati nilai (R^2) ke 100% yaitu semakin besar derajat Pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen lebih besar (Sahir, 2021).

3.9 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel (DOV) didasarkan pada tujuan penelitian dan teori yang relevan. Latar belakang teori ini sangat penting untuk validitas isi alat yang dikembangkan. Variabel penelitian sendiri dikembangkan dari konsep (teori) dan variabel tersebut dibentuk oleh dimensi. Ukuran ini terdiri dari Indikator-Indikator penelitian dan Indikator penelitian ini terdiri dari item-item (Agung & Yuesti, 2017). Peneliti mendefinisikan operasional atas variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.2 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Promosi (X1)	Promosi mengacu pada aktivitas yang mengomunikasikan nilai suatu produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya artinya promosi adalah suatu kegiatan yang menyampaikan manfaat produk dan meyakinkan konsumen sasaran untuk	periklanan (<i>Advertising</i>), penjualan pribadi (<i>Personal selling</i>), promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>), hubungan masyarakat (<i>Public relations</i>), dan	<i>Likers</i>

		membeli produk tersebut (Kotler & Amstrong, 2012) .	pemasaran langsung (<i>Direct Marketing</i>)(Mujib, 2018).	
2.	Pengetahuan Produk (X2)	Pengetahuan produk yaitu kumpulan informasi yang berbeda terkait suatu produk. Pengetahuan ini meliputi jenis produk, merek, istilah produk, atribut atau karakteristik produk, harga produk, dan keyakinan produk (Zusrony, 2018).	Sifat atau atribut produk Pengetahuan tentang manfaat produk Pengetahuan tentang kepuasan konsumen terhadap produk (Peter & Olson, 2014).	<i>Likers</i>
3.	Kualitas pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan yang diberikan untuk mengimbangi harapan konsumen. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sekumpulan upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan atas	Aset material (<i>Tangible's</i>), Keandalan (<i>Reliability</i>), Relevansi (<i>Responsiveness</i> , Keamanan (<i>Assurance</i>), Empati (<i>Empathy</i> (Chandra, 2020)	<i>Likers</i>

		pelayanan yang diterimanya sehingga pada akhirnya perusahaan dapat bertahan di pasar dan mendapatkan kepercayaan konsumen(Fandy, 2019).		
4.	minat masyarakat (Y)	Produk harus lebih unggul dari produk lain dalam hal kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi dan rasa untuk menarik konsumen mencoba membeli produk tersebut. Jauh di bawah tingkat layanan yang diharapkan, pelanggan kehilangan minat pada penyedia layanan. Sebaliknya, jika jasa yang mereka konsumsi sesuai dengan harapan, mereka cenderung akan menggunakan kembali produk jasa tersebut (Chandra, 2020).	Minat <i>Transactional</i> (Pembelian), Minat <i>Referensial</i> (Rekomendasi), Minat <i>Preferential</i> (Selera), Minat <i>Eksploratif</i> (Observasi) linggolan & Heryenzus, 2018	<i>Likers</i>