

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menggunakan fasilitas kredit usaha mikro. Metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. *Explanatory Research* merupakan penelitian yang dilakukan guna menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa yang dirumuskan atau sering kali disebut penelitian penjelasan. (Singarimbun & Effendi, 1995:4). Selain menggunakan metode *explanatory research* penulis juga menggunakan metode deskriptif dengan maksud melengkapi dan memperkuat data yang didapatkan melalui metode *explanatory research* sehingga mencapai pengukuran yang cermat bauran pemasaran terhadap keputusan menggunakan fasilitas kredit usaha mikro.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah Kredit Usaha Mikro (KUM) dengan subjek yang dipilih adalah nasabah Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia Bandar Lampung.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan nasabah yang menggunakan fasilitas kredit usaha mikro sebesar 424 responden.

2. Sampel

Dalam penelitian ini ukuran sampel ditentukan dalam bentuk uji statistika yang akan digunakan yaitu model persamaan *Structural Equation Model* (SEM), dengan demikian ukuran sampel minimal untuk model persamaan struktural ini dapat dilihat pada tabel 3.1 :

Banyaknya Variabel	Ukuran Sampel Minimal
3	200
5	200
10	200
15	360
20	630
25	975
30	1395

Sumber: Achmad Bachrudin dan Harapan L. Tobing 2003, Analisis Data untuk Penelitian Survei dengan menggunakan Lisrel 8, Jurusan Statistik FP. MIPA UNPAD Bandung.

Pada penelitian ini menggunakan sampel sebesar 200 dikarenakan variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu Bauran Pemasaran (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keputusan Menggunakan Kredit Usaha Mikro (Y).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
Bauran Pemasaran (X1)	Bauran pemasaran jasa adalah alat-alat pemasaran yang terdiri dari tujuh elemen yaitu <i>product, price, promotion, place, people, physical evidence</i> dan <i>process</i> yang semua variabel-variabelnya dapat dikendalikan oleh suatu organisasi untuk mencapai	1. Produk	1. Keanekaragaman Produk 2. Kualitas Produk 3. Pelayanan 4. Imbalan 5. Garansi	Ordinal
		2. Harga	1. Daftar Harga 2. Periode Pembayaran 3. Syarat Kredit	Ordinal
		3. Promosi	1. Periklanan 2. Tenaga Penjual 3. Promosi Penjualan	Ordinal
		4. Lokasi	1. Lokasi 2. Transportasi	Ordinal

	keunggulan bersaing (<i>competitive advantage</i>) (Haksever, et. al, 2000; 131).			
		5. Orang	1. Motivasi 2. Sosialisasi pada Konsumen	Ordinal
		6. Sarana Fisik	1. Rancangan fasilitas 2. Peralatan	Ordinal
		7. Proses	1. Aktifitas 2. Standarisasi	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X2)	Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono,2006).	1. Tangible 2. Empathy 3. Reliability 4. Responsiviness 5. Assurance	-	Ordinal
Keputusan menggunakan fasilitas kredit usaha mikro (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah (kebutuhan) yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan menggunakan kredit dan perilaku setelah menggunakan kredit yang dilalui nasabah. (Kotler, 2009: 235).	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi alternative 4. Keputusan Membeli 5. Tingkah laku pasca pembelian	-	Ordinal

3.5 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Nilai korelasi Guttman Split-Half Coefficient = 0,293 lebih besar dari r tabel product moment untuk $\alpha = 5\%$ pada $n = 9$ di bagi dua dari $n = 17$. Dengan demikian data hasil kuisioner dikatakan reliabel, sehingga alat ukur tersebut adalah valid.

Hasil uji reliabilitas masing-masing indikator terdapat pada Tabel 3.3

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keputusan
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	-----------

X1	63,95	11,505	,186	,353	Valid
X2	64,02	12,040	,048	,389	Valid
X3	64,22	11,479	,129	,368	Valid
X4	64,42	11,421	,117	,372	Valid
X5	63,97	11,903	,194	,359	Valid
X6	64,10	11,855	,105	,374	Valid
X7	64,08	12,295	-,006	,404	Valid
X8	64,06	11,198	,182	,351	Valid
X9	64,07	12,156	,025	,395	Valid
X10	64,01	11,281	,237	,340	Valid
X11	64,01	11,749	,114	,372	Valid
X12	64,02	12,311	-,022	,411	Valid
Y1	64,05	11,937	,056	,388	Valid
Y2	64,08	11,702	,117	,371	Valid
Y3	64,05	11,696	,136	,366	Valid
Y4	64,07	11,352	,220	,344	Valid
Y5	63,96	11,315	,186	,351	Valid

3.6 Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM). Perangkat lunak yang digunakan untuk analisis struktural adalah Lisrel dan untuk analisis deskriptif menggunakan SPSS 19.

3.7 Pengujian Hipotesis

Hipotesis 1:

Untuk menjawab hipotesis 1, digunakan distribusi frekuensi dari skor interval. Skor interval yang tergantung banyaknya kuesioner dari setiap variabel yang akan diuji. Rumus Perhitungan skor interval adalah:

$$\{(\text{Score tertinggi} \times n \times q) - (\text{Score terendah} \times n \times q)\} / 5 \dots\dots\dots 3.1$$

Score survey dari angka 1,2,3,4,5 yang tertinggi 5 dan terendah score 1.

Dimana: n = jumlah sampel, q = jumlah questioner setiap variabel.

Hipotesis 2:

Untuk menjawab hipotesis 2, maka menggunakan pengujian statistik yang digambarkan dalam suatu kerangka alur hubungan antara variabel dimana dalam kerangka akan terlihat akan hubungan tersebut merupakan model persamaan struktural (SEM).

3.10 Rancangan Pengambilan Keputusan

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel / laten yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana:

X₁ = Bauran Pemasaran

X₂ = Kualitas Pelayanan

Y = Keputusan menggunakan Kredit Usaha Mikro

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$X = \frac{\sum x_1}{n} \qquad X = \frac{\sum x_1}{n}$$

Keterangan:

X = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan

N = Jumlah sampel

(Supranto, 2001:241)