

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini objek yang akan diteliti adalah variabel yang digunakan pada penelitian ini. Variabel tersebut adalah persepsi konsumen terhadap *leasing* konvensional dan *leasing* syariah. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor kredit di leasing FIF dan FIF Syariah Bandung Barat tahun 2017.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu untuk mengetahui persepsi konsumen tentang *leasing* konvensional dan *leasing* syariah. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa menghubungkannya dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2003).

3.3. Desain Penelitian

Desain penelitian dapat didefinisikan sebagai kerangka kerja atau cetak biru untuk melakukan proyek penelitian bisnis dengan cara yang efisien. Di dalamnya terdapat prosedur yang diperlukan untuk mengumpulkan, mengukur dan menganalisis informasi yang membantu peneliti untuk menyusun atau memecahkan masalah penelitian bisnis (Shreejesh, 2014).

Adapun desain penelitian dalam penelitian ini termasuk desain penelitian deskriptif. Desain penelitian ini digunakan karena penelitian ini ditujukan untuk memberikan gambaran data, proses, mekanisme, atau hubungan antar kejadian.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Pada dasarnya operasionalisasi variabel merupakan penjabaran konsep-konsep yang akan diteliti dalam penelitian, sehingga dapat dijadikan pedoman guna menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan permasalahan yang diajukan dalam penelitian.

Adapun definisi dan operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah variabel persepsi terhadap *leasing*, variabel harga sepeda motor, variabel selera konsumen, dan variabel religiusitas. Secara ringkas variabel dan indikator penelitian ini disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Indikator	Jenis Skala
1.	Persepsi Konsumen terhadap <i>Leasing</i>	Persepsi dapat diartikan sebagai makna yang pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan) yang kita terima melalui lima indera. (Setiadi, 2003).	Persepsi yang dimaksud adalah persepsi konsumen sepeda motor kredit Honda terhadap <i>leasing</i> konvensional dan <i>leasing</i> syariah.	<ul style="list-style-type: none"> • Penerimaan • Evaluasi (Robbins, 2013) 	Ordinal
2.	Harga	Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Kotler & Armstrong (2003:73)	Harga yang dimaksud adalah harga sepeda motor dan uang muka.	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harga dengan kualitas produk • Keterjangkauan harga 	Ordinal

No	Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Indikator	Jenis Skala
3.	Selera Konsumen	Selera adalah berupa tindakan secara langsung dalam memperoleh dan mengkonsumsi suatu barang atau jasa disertai dengan keputusan yang mendahului tindakan-tindakan tersebut. (Syafriadi, 2016)	Selera yang dimaksud adalah selera konsumen dalam membeli sepeda motor dan selera dalam memilih <i>leasing</i> syariah.	<ul style="list-style-type: none"> • Rasa • Tekstur/bentuk • Pelayanan 	Ordinal
4.	Tingkat Religiusitas	Religiusitas adalah keadaan seseorang yang dalam dirinya merasakan dan meyakini adanya kekuatan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia, sehingga dalam kehidupannya akan mematuhi segala perintah Tuhan dan menjauhi larangan-Nya. (Junaidi, 2015)	Religiusitas yang dimaksud disini adalah tingkat kepatuhan dan pengetahuan konsumen sepeda motor terhadap syariah.	<ul style="list-style-type: none"> • Keimanan • Aspek ibadah • Pengetahuan syariah 	Ordinal

3.5. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

Risa Kania Dewi, 2018

PERSEPSI KONSUMEN LEASING KONVENSIONAL DAN SYARIAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

kesimpulannya (Sugiyono, 2003:72). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor kredit melalui *leasing* FIF konvensional dan konsumen FIF Syariah Cabang Bandung Barat yang berdomisili di Kecamatan Cipatat yang berjumlah masing-masing sebanyak 109 orang dan 35 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sampel yang diambil dari populasi harus representatif (mewakili) menggunakan teknik sampling atau cara pengambilan sampel dalam penelitian (Sugiyono, 2003:73). Adapun teknik sampling dalam penelitian adalah *random sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2003:74).

Teknik *random sampling* dipilih karena anggota populasi homogen, yaitu konsumen sepeda motor kredit melalui *leasing* FIF dan FIF Syariah. Besarnya ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin (Husein, 2011:78):

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

Dimana:

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah anggota populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan), misalnya 5% (0,05)

Berdasarkan wawancara dengan SPV FIF, pengelompokan konsumen kedalam kategori konvensional dan syariah ditentukan berdasarkan varian/jenis sepeda motor yang dipilih oleh konsumen, untuk jenis Honda Beat Series, Revo Series, Vario Series dan uang muka dibawah 15% masuk ke *leasing* syariah, selain itu masuk ke *leasing* konvensional.

Dalam penelitian ini, jumlah populasi konsumen FIF konvensional sebanyak 109 dimasukkan kedalam rumus dan menghasilkan jumlah sampel sebanyak 86 (pembulatan ke atas dari 85,65), dengan langkah berikut:

$$n = \frac{109}{1 + (109)(0,05^2)}$$

Risa Kania Dewi, 2018

PERSEPSI KONSUMEN LEASING KONVENSIONAL DAN SYARIAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

$$n = 85,65$$

Sedangkan, jumlah populasi konsumen FIF syariah sebanyak 35 dimasukkan kedalam rumus dan menghasilkan nilai sampel 32 (pembulatan ke bawah dari 32,18), dengan langkah sebagai berikut:

$$n = \frac{35}{1 + (35)(0,05^2)}$$

$$n = 32,18$$

3.6. Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1. Instrumentasi

Instrumentasi adalah proses pembuatan instrumen yang meliputi perencanaan, penyusunan, uji coba, pengabsahan, dan keandalan instrument penelitian agar instrument tersebut dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang sah dan reliabel (Muhamad, 2008). Sedangkan instrumen penelitian adalah segala peralatan yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi dari para responden yang dilakukan dengan pola pengukuran yang sama.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner atau angket. Instrumen ini dikembangkan dengan menggunakan skala *likert*. Skala ini dikenal juga sebagai *summated scale* yaitu skala yang sering digunakan dalam ilmu sosial terutama untuk pengukuran sikap seseorang seiring berkembangnya waktu, skala ini dapat digunakan untuk mengukur pendapat, personalitas, menggambarkan kehidupan maupun lingkungan seseorang, emosi, kebutuhan personal dan penggambaran pekerjaan (Ghozali, 2006).

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan dalam bentuk indikator dan ukuran. Selanjutnya, ukuran dari indikator tersebut diturunkan dalam bentuk pertanyaan penelitian yang akan dijawab oleh responden. Berikut adalah pilihan jawaban yang diberikan:

Tabel 3. 2
Skala Pengukuran

Keterangan	Skor
Sangat setuju	5

Risa Kania Dewi, 2018

PERSEPSI KONSUMEN LEASING KONVENSIONAL DAN SYARIAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Setelah jawaban diperoleh dari responden maka langkah selanjutnya adalah mengolah data penelitian. Setelah data diolah, langkah selanjutnya adalah mengkategorikan masing-masing variabel sebelum data analisis lebih lanjut untuk menjawab rumusan hipotesis. Adapun untuk pengkategorian variabel digunakan rumus sebagai berikut (Azwar, 2006):

Tabel 3. 3
Pengukuran Kategori

Skala	Kategori
$X > (\mu + 1,0\sigma)$	Baik
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma)$	Sedang
$X < (\mu - 1,0\sigma)$	Buruk

Keterangan:

X = Skor empiris

μ = Rata-rata teoritis ((skor min + skor maks)/2)

σ = Simpangan baku teoritis ((skor maks – skor min)/6)

3.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melalui kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2003:135). Pengumpulan data dengan instrumen tersebut berisikan pertanyaan mengenai identitas responden dan pernyataan seputar persepsi terhadap *leasing* konvensional dan syariah.
2. Studi literatur, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh atau mengumpulkan data dari jurnal, artikel, dan media cetak lainnya yang berhubungan dengan konsep dan pembahasan yang diteliti.

Risa Kania Dewi, 2018

PERSEPSI KONSUMEN LEASING KONVENSIONAL DAN SYARIAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

3.6.3. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur (Singaribuan, 1995:124). Validitas suatu instrumen akan menggambarkan kemampuan alat ukur mengungkapkan sesuatu yang diukurnya. Untuk menguji validitas alat ukur digunakan rumus korelasi *product moment* dari Pearson (Sudarmanto, 2005:77-79) yaitu:

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

Keterangan:

rx_y: koefisien korelasi X dan Y

x: skor tiap item

y: skor total

n: banyaknya subjek yang diukur

Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah :

- (1) Jika nilai r hitung > r tabel, maka item pertanyaan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (artinya item angket dinyatakan valid).
- (2) Jika nilai r hitung < r tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (artinya item angket dinyatakan tidak valid).

Adapun hasil pengujian validitas pada model penelitian ini dengan nilai r table N=118 pada signifikan 5%, diperoleh nilai r table adalah 0,181. Berikut adalah hasil uji validitas pada penelitian ini:

Tabel 3. 4
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	r ^{Hitung}	r ^{Tabel}	Keterangan
Harga			
1	0,838	0,181	Valid
2	0,788	0,181	Valid
3	0,863	0,181	Valid
4	0,757	0,181	Valid

Risa Kania Dewi, 2018

PERSEPSI KONSUMEN LEASING KONVENSIIONAL DAN SYARIAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

Selera Konsumen			
5	0,472	0,181	Valid
6	0,604	0,181	Valid
7	0,764	0,181	Valid
8	0,804	0,181	Valid
9	0,561	0,181	Valid
Religiusitas			
10	0,679	0,181	Valid
11	0,811	0,181	Valid
12	0,696	0,181	Valid
13	0,615	0,181	Valid
14	0,759	0,181	Valid
Persepsi			
15	0,670	0,181	Valid
16	0,771	0,181	Valid
17	0,850	0,181	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data (2018), dengan SPSS 22 for Windows

Dari tabel diatas, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item untuk masing-masing pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r table (0,181). Jadi dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner valid dan bisa dijadikan alat pengumpul data pada penelitian yang dilakukan.

2. Uji Reabilitas

Arikunto (2010:90) mengemukakan bahwa “reabilitas adalah ketepatan suatu tes apabila diteskan kepada subjek yang sama”. Uji reabilitas instrumen dapat dilakukan menggunakan rumus *alpha*, adapun langkah-langkah mencari reabilitas menurut Riduwan (2010:125) adalah sebagai berikut:

- a) Menghitung varians skor tiap-tiap dengan rumus

$$S_i = \frac{\sum x_1^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{N}}{N}$$

Dimana:

S_i = Varians skor tiap-tiap item

$\sum X_1^2$ = Jumlah kuadrat item X_i

Risa Kania Dewi, 2018

PERSEPSI KONSUMEN LEASING KONVENSIONAL DAN SYARIAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

- $(\sum X_i)^2 =$ Jumlah item X_i dikuadratkan
 N = Jumlah responden
- b) Menjumlahkan varians semua item dengan rumus
- $$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3, \dots, S_n$$
- Dimana
- $\sum S_1$ = Varians skor tiap-tiapitem
 $S_1, S_2, S_3 \dots S_n$ = Varians item ke 1, 2, 3... N
- c) Menghitung varians total dengan rumus
- $$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{N}}{N}$$
- S_t = Varians total
 $\sum X_t^2$ = Jumlah kuadrat X total
 $(\sum X_t)^2$ = Jumlah X total dikuadratkan
 N = Jumlah responden
- d) Masukkan nilai *alpha* dengan rumus
- $$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Dimana :

- r_{11} = Nilai Reliabilitas
 $\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item
 S_t = Varians total
 k = Jumlah item

Untuk mengetahui koefisien korelasinya signifikan atau tidak, digunakan distribusi (Tabel r) untuk $\infty = 0,05$. Kemudian membuat keputusan membandingkan r_{11} dengan r_{Tabel} . Adapun kaidah keputusan : jika $r_{11} > r_{Tabel}$ berarti reliabel dan $r_{11} < r_{Tabel}$ berarti tidak reliabel.

Adapun hasil pengujian reliabilitas pada model penelitian ini dengan nilai r table N=118 pada signifikansi 5%, diperoleh nilai r table adalah 0,181. Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada penelitian ini:

Tabel 3. 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	rTabel	Keterangan
Harga	0,824	0,181	Reliabel

Risa Kania Dewi, 2018

PERSEPSI KONSUMEN LEASING KONVENSIONAL DAN SYARIAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

Selera Konsumen	0,658	Reliabel
Religiusitas	0,757	Reliabel
Persepsi	0,646	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data (2018), dengan SPSS 22 for Windows

Dari tabel hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* > r table. Sehingga instrumen dinyatakan dapat dipercaya dan konsisten sebagai alat pengumpul data pada penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Rancang Analisis Data

Setelah data diperoleh melalui kuesioner terkumpul, berikutnya dilakukan pengolahan data sehingga dapat dilihat perbedaan persepsi konsumen terhadap *leasing* konvensional dan syariah. Prosedur yang digunakan dalam pengelolaan data penelitian adalah sebagai berikut.

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden. Pemeriksaan tersebut berkaitan dengan kelengkapan pengisian angket secara menyeluruh.
2. *Scoring*, yaitu pemberian skor untuk setiap opsi dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan dalam angket menggunakan skala Likert yang digunakan untuk mengukur , pendapat, dan seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap instrumen skala ini mempunyai bobot dari sangat positif sampai sangat negatif.
3. *Tabulating*, yaitu perhitungan hasil scoring yang dituangkan ke dalam tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item setiap variabel. Adapun tabel rekapitulasi adalah sebagai berikut.
4. Rancangan Analisis Deskriptif
Analisis yang digunakan untuk menggambarkan persepsi konsumen terhadap *leasing* konvensional dan syariah.

3.7.2. Mann Whitney U Test

Pengujian Mann Whitney (BINUS University, 2015) adalah suatu uji non parametris untuk mengetahui perbedaan median antara dua

Risa Kania Dewi, 2018

PERSEPSI KONSUMEN LEASING KONVENSIONAL DAN SYARIAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

kelompok sampel bebas dengan jenis skala ordinal, interval dan rasio, dimana data tersebut tidak berdistribusi normal. Biasanya uji Mann Whitney juga disebut dengan *Wilcoxon Rank Sum Test*. Mann Whitney tidak menguji perbedaan rata-rata (mean) dua kelompok seperti Independent t-test, tetapi untuk menguji perbedaan nilai tengah (median) dua kelompok. Tetapi menurut beberapa ahli yang menyatakan bahwa Mann Whitney U Test tidak hanya menguji median saja tetapi juga menguji mean. Beberapa asumsi yang harus dipenuhi dalam uji Mann Whitney:

1. Data tidak berdistribusi normal, data boleh berskala ordinal, interval dan rasio.
2. Data berasal dari dua kelompok sampel, jika data lebih dari dua kelompok sebaiknya menggunakan uji Kruskal Wallish.
3. Data tidak berpasangan, tetapi data bersifat homogen atau sejenis.

Pengujian hipotesis terhadap beda dua rata-rata populasi dengan Mann-Whitney U Test dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengujian dengan sampel kecil ($n_1+n_2 \leq 10$) dan pengujian dengan sampel besar ($n_1+n_2 > 10$). Prosedur pengujian hipotesis dengan menggunakan Mann Whitney U Test untuk sampel besar adalah (Algifari, 2013):

1. Perumusan hipotesis berdasarkan tujuan pengujian, misalnya untuk mengetahui perbedaan diantara dua populasi.
2. Menentukan nilai kritis berdasarkan tingkat signifikansi yang digunakan dalam pengujian. Jika pengujian dilakukan dengan dua sisi, maka tingkat signifikansinya adalah $\alpha/2$ dan nilai kritis pengujian adalah $\alpha/2$. Sedangkan jika pengujiannya menggunakan satu sisi, maka tingkat signifikansi yang digunakan adalah α dan nilai kritis pengujian adalah α .
3. Keputusan pengujian diambil dengan cara membandingkan antara nilai probabilitas U dengan α yang digunakan. Jika nilai probabilitas U lebih besar daripada α yang digunakan, keputusan pengujian adalah penerimaan hipotesis nol yang menyatakan tidak terdapat perbedaan antara rata-rata populasi 1 dan rata-rata populasi 2. Sebaliknya, jika nilai probabilitas U lebih kecil daripada α yang digunakan, keputusan pengujian adalah menolak hipotesis nol yang menyatakan tidak terdapat perbedaan antara rata-rata populasi 1 dan rata-rata populasi.

3.7.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir dari analisis data dengan tujuan untuk mengetahui apakah dugaan sementara terhadap suatu teori dapat diterima atau tidak. Hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan apakah menolak atau menerima hipotesis secara statistik dapat ditulis sebagai berikut:

$H^0 : \mu^1 = \mu^2$, artinya tidak terdapat perbedaan antara *leasing* konvensional dan *leasing* syariah berdasarkan persepsi konsumen.

$H^A : \mu^1 \neq \mu^2$, artinya terdapat perbedaan antara *leasing* konvensional dan *leasing* syariah berdasarkan persepsi konsumen.