

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :¹

- a. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.
- b. Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data tentang BPRS Artha Mas Abadi Pati yaitu mengenai gambaran umum tentang perusahaan, catatan dan diperoleh data internal perusahaan

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua nasabah di BPRS Artha Mas Abadi yang berjumlah 2.769 nasabah.

¹ Husain Umar, *Research Methods In Finance And Banking*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm. 82

² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm. 80

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode simple random sampling yaitu cara pemilihan sample dimana anggota dari populasi dipilih satu persatu secara random (semua mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih) dimana jika sudah dipilih tidak dapat dipilih lagi.⁴ Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin.⁵ Karena jumlah responden nya sudah diketahui.

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/*margin of error max*

$$n = \frac{2.769}{1 + 2.769(0.1)^2}$$

$$= 96,51$$

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata jumlah nasabah di BPRS Artha Mas Abadi adalah 2.769 nasabah, jumlah sampel untuk penelitian menggunakan *margin of error* sebesar 10% maka jumlah sampel yang di teliti adalah 96,51 dibulatkan menjadi 100 nasabah.

³ *Ibid*, hlm. 81

⁴ Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2007, hlm. 123

⁵ *Ibid*, hlm. 137.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data sangat berpengaruh dalam hasil penelitian karena pemilihan metode pengumpulan data yang tepat akan dapat diperoleh data yang relevan, dan akurat . Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :⁶

3.3.1. Kuesioner

Data diperoleh melalui metode kuesioner, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

3.3.2. Dokumentasi

Pengumpulan-pengumpulan data yang relevan yaitu arsip-arsip, buku-buku, catatan-catatan yang lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu karakteristik syari'ah marketing dan kepuasan nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati.

3.4. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel	Konsep variabel	Indikator
Teistis (rabbaniyah)	Syari'ah marketer harus memiliki ketahanan moral, selalu mendekati diri pada Allah, dan menyakini jika gerak-geriknya diawasi oleh sang khalik karena	<ul style="list-style-type: none"> - tidak ada penipuan dalam memasarkan produk - tidak ingkar janji dalam memasarkan produk

⁶ Husein Umar, *Research Methods In Finance And Banking*, Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm. 114

	marketing memang akrab dengan penipuan, sumpah palsu.	
Etis (akhlaqiyah)	syari'ah marketer harus mengedepankan akhlak, etika	<ul style="list-style-type: none"> - bersikap, berperilaku sopan, ramah - bersikap rendah hati
Realistis (al-waqi'iyah)	syari'ah marketer harus profesional, tidak kaku dalam pergaulan	<ul style="list-style-type: none"> - menguasai dengan betul tentang produk yang ditawarkan - mudah bergaul
Humanistis (al-insaniyyah)	syari'ah marketer harus, memelihara sifatnya kemanusiaannya, menghilangkan nafsu kehevanan, tidak serakah, melainkan peduli pada keadaan social	<ul style="list-style-type: none"> - tidak menghiraukan status - sedia membantu kesulitan yang dihadapi nasabah
Kepuasan	tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya	<ul style="list-style-type: none"> - kemudahan dalam memperoleh - kesediaan untuk merekomendasikan - tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya di sebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan di ukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:⁷

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

3.5. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrument pengukur dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang harus diukur. Dengan kata lain instrument tersebut dapat mengukur construct sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada setiap item dengan skor total dari masing-masing atribut.⁸

Teknik korelasi yang digunakan adalah product moment :

keterangan :

$$r = \frac{N (\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2 (N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}$$

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2008, hlm. 93

⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipt, 2002, hlm. 168-170

r = koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

X = skor setiap item

Y = skor total

N = jumlah responden

Setelah perhitungan dilakukan (dalam hal ini proses perhitungan di bantu dengan program SPSS) kemudian nilai r yang diperoleh di bandingkan dengan nilai r tabel sesuai dengan basis n dan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) dalam pengujian validitas, kuisioner di katakan valid apabila r hitung $>$ r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik.⁹ Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberi hasil. Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik croanbach alpa $>$ 0,60. Rumus croanbach alpa adalah sebagai berikut :¹⁰

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

⁹ *Ibid*, hlm. 178

¹⁰ *Ibid*, hlm. 196

keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Jumlah kuesioner

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_1^2 = Varian total

c. Analisis Regresi Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dimana: Y = kepuasan nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien korelasi ganda

X_1 = Teistis (rabbaniyah)

X_2 = Etis (akhlaqiyah)

X_3 = Realistis (al-waqi'iyah)

X_4 = Humanistis (al-insaniyyah)

Untuk melakukan regresi berganda dengan uji signifikansi, yaitu dengan alat uji T-test dan F-test.

1) T-test untuk menguji pengaruh secara parsial. Rumusan hipotesisnya:

Ho: $P = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Ha: $P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Menurut kriteria P value:

a) Jika $P > 5\%$, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (Ho) atau Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) atau H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.¹¹

2) F -tes, untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan.

Rumusan hipotesis statistiknya:

H_0 : $P=0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

H_a : $P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

Menurut kriteria p value:

a) Jika $P > 5\%$, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0)

b) Jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0).¹²

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.¹³

2. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling

¹¹ *Ibid*, hlm 299.

¹² Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004, hlm. 108

¹³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006, hlm.56.

mempengaruhi.¹⁴

3. Uji Heterokedasitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians.

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.¹⁵

¹⁴ Husein Umar, *op.cit*, hlm 188.

¹⁵ Imam Ghazali, *op.cit*, hlm 76.