

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis dan Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh dilokasi penelitian. Adapun jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian lapangan, karena data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung pada anggota KJKS BMT BUS Cabang Genuk Kota Semarang.¹

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.² Data ini diperoleh langsung dari penyebaran angket yang diberikan kepada nasabah KJKS BMT BUS Genuk sebagai responden yang terpilih untuk dijadikan penelitian.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain.³ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literature-literatur, jurnal penelitian dan data tentang KJKS BMT BUS Genuk, yaitu mengenai gambaran umum tentang perusahaan.

¹Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2006, h. 119.

² Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2001, h. 59.

³*Ibid.*

1.2 Populasi dan Sampel

1.2.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal yang menarik bagi peneliti untuk ditelaah.⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua nasabah KJKS BMT BUS Genuk yang berjumlah 1.777 anggota.⁵

1.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian atau *subset* dari populasi yang terdiri dari anggota-anggota populasi yang terpilih.⁶ Sampel diambil dalam penelitian sebagai pertimbangan efisiensi dan mengarah pada sentralisasi permasalahan dengan memfokuskan pada sebagian dari populasinya⁷. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%.

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

Dimana :

n : jumlah sampel minimal

N : jumlah populasi

⁴ Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008, h. 133.

⁵ Dokumen KJKS BMT BUS

⁶ Zulganef, *op.cit*, h. 134.

⁷ P. Joko Subagyo, *Metode penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997, h. 29.

e : presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel.⁸

$$n = \frac{1777}{1+1777(0,1)^2}$$

$$= 94,67$$

Berarti jumlah sampel minimum yang digunakan adalah 95 anggota dibulatkan menjadi 100 anggota.

Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Dengan demikian, tehnik pengambilan sampel ini akan memilih anggota populasi yang dapat memberikan informasi secara maksimal atau yang paling mudah ditemui.⁹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan responden yang dengan mudah dapat dijumpai dengan kriteria-kriteria tertentu atau yang sering disebut sebagai *purposive sampling*.¹⁰ Kriteria yang akan digunakan adalah anggota yang membicarakan hal-hal positif kualitas jasa KJKS BMT BUS kepada orang lain, merekomendasikan jasa KJKS BMT BUS kepada orang lain, mendorong teman atau relasi bisnis untuk berbisnis dengan KJKS BMT BUS, mempertimbangkan KJKS BMT BUS sebagai

⁸Suliyanto, Metode Riset Bisnis, Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2009, h. 100.

⁹*Ibid*, h. 124.

¹⁰*Ibid*, h. 125.

pilihan pertama dalam membeli atau menggunakan jasa keuangan dan tidak terpengaruh dengan jasa lain.

1.3 Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang dapat menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Oleh karena itu pemilihan metode pengumpulan data yang tepat akan memperoleh data yang relevan dan akurat. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

1.3.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu alat pengumpul informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.¹¹ Dalam penelitian ini kuisisioner dibagikan kepada anggota yang termasuk didalam sampel yang berjumlah 100 anggota. Disini anggota diberikan daftar pertanyaan-pertanyaan dan berkewajiban untuk menjawab sesuai dengan alur yang telah ditentukan peneliti.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur tanggapan atau respons seseorang tentang obyek sosial. Dalam penelitian, obyek sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh

¹¹ Nurul Zuriah, *Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan (teori-aplikasi)*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006, h. 182.

peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variable penelitian yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Apabila item bernilai sangat positif maka angka terbesar diletakkan pada “sangat setuju“,sedangkan jika item bernilai negatif maka angka terbesar diletakkan pada “ sangat tidak setuju “. Berikut adalah daftar penilaian dalam skala *likert*yaitu:

1. Sangat setuju skor 5
2. Setuju skor 4
3. Ragu-ragu skor 3
4. Tidak setuju skor 2
5. Sangat tidak setuju skor 1.¹²

1.3.2 Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk pengumpulan data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.Misalnya berupa arsip-arsip, buku-buku catatan yang

¹²Suliyanto, *op.cit*, h. 82-83.

lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.¹³ Dokumentasi yang digunakan yaitu yang berhubungan dengan profil tentang KJKS BMT BUS cabang Genuk kota Semarang.

1.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Agar penelitian ini dapat dilakukan sesuai yang diharapkan, perlu dipahami unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah, yaitu: variabel, indikator dan sub indikator empirik. Dalam penelitian ilmiah, suatu konsep akan dijabarkan kembali ke dalam suatu bentuk yang dapat dipahami dan diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Agar konsep tersebut dapat diteliti secara empirik perlu dioperasionalkan dengan cara mengubah dan menjabarkannya menjadi suatu variabel atau sub variabel. Adapun variabel, definisi operasional variabel dan indikator penelitian, disajikan dalam tabel berikut:

Table 3.1
Operasional variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Sub indikator
<i>Sharia Marketing</i>	Strategi pemasaran yang dilakukan lembaga keuangan syariah baik dari penciptaan, penawaran dan perubahan nilai yang keseluruhan prosesnya sesuai	<ul style="list-style-type: none"> • Produk • Harga • Tempat 	<ul style="list-style-type: none"> • Halal • Bermutu • Bermanfaat • Tidak <i>gharar</i>. • Berdasarkan azas sukarela (<i>'an taradhim</i>). • Sesuai dengan jenis produk yang diciptakan • Strategis

¹³ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008, h. 152.

Variabel	Definisi	Indikator	Sub indikator
	dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah islam.	<ul style="list-style-type: none"> Promosi 	<ul style="list-style-type: none"> Mudah dijangkau oleh anggota. Jujur Tidak menipu
Loyalitas anggota	Kesetiaan anggota lembaga keuangan syariah yang telah memberikan pelayanan kepadanya	<ul style="list-style-type: none"> Membicarakan hal-hal positif kualitas jasa KJKS BMT BUS kepada orang lain Merekomendasikan jasa KJKS BMT BUS kepada orang lain Mendorong teman atau relasi bisnis untuk berbisnis dengan KJKS BMT BUS Mempertimbangkan KJKS BMT BUS sebagai pilihan pertama dalam membeli atau menggunakan jasa Tidak terpengaruh pada jasa lain 	.

1.5 Tehnik Analisis Data

1.5.1 Uji Validitas

Validitas di definisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu

instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang harus diukur.

Dalam penelitian ini validitas yang digunakan adalah validitas internal. Validitas internal dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen dengan instrumen keseluruhan. Dengan kata lain, sebuah instrumen memiliki validitas internal bila setiap bagian mendukung misi instrumen keseluruhan, yaitu mengungkap data dari variabel yang dimaksud.

Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengorelasikan skor pada item dengan skor total item-nya. Skor item dianggap sebagai nilai X, sedangkan skor total dianggap sebagai nilai Y. Apabila skor item memiliki korelasi positif yang signifikan, berarti item tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut.

Tehnik korelasi yang digunakan adalah product moment yaitu:¹⁴

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

X = skor setiap item

Y = skor total

N = jumlah responden

¹⁴ Suliyanto, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005, h. 40-42.

Keputusan pada saat sebuah item pertanyaan dapat dianggap valid jika koefisien korelasi *product moment*nya melebihi 0,3, jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel (α ; n-2) n= jumlah sampel dan nilai Sig $\leq \alpha$

1.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama, pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.¹⁵SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ Berikut adalah rumus dari *cronbach alpha* (α)

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

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah kuesioner

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

σ_1^2 = Varian total

¹⁵*Ibid*, h. 42.

1.5.3 Regresi Sederhana

Analisis regresi linearsederhana digunakan untuk mengetahui persepsi *sharia marketing* (X) terhadap loyalitas (Y) anggota KJKS BMT BUS cabang Genuk kota Semarang.

Regresi linear sederhana memperkirakan satu variabel terikat berdasarkan satu variabel bebas. Variabel terikat diberi notasi Y, sedangkan variabel bebas diberi notasi X sehingga bentuk hubungan yang dicari adalah regresi Y atas X.¹⁶

Persamaan regresi linear sederhana dicari dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Loyalitas anggota KJKS BMT BUS

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas yaitu *sharia marketing*

1.5.4 Uji Hipotesis

Untuk melakukan uji hipotesis peneliti menggunakan alat uji t test. Uji t test merupakan uji signifikansi parameter individual. Nilai statistic menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Kita dapat melakukan uji ini melalui SPSS.

¹⁶ Nurul Zuriah, *op.cit*, h. 214.

Rumusan hipotesisnya:

Ho: $\beta = 0$ (variabel independen bukan merupakan penjelas variabel dependen)

Ha: $\beta \neq 0$ (variabel independen merupakan penjelas variabel dependen)

Menurut kriteria P value:

1. 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.
2. Jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (Ho) atau Ha diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Secara mudah kita dapat melihat dari output regresi sebagai berikut:

Jika nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya bahwa variabel independen secara individual merupakan penjelas variabel dependen.

Di dalam versi SPSS, nilai statistik t dapat dilihat pada tabel coefficient.¹⁷

¹⁷Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*, Yogyakarta: Gava Media, 2007, h. 193-194.