

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dinalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu *syari'ah marketing* sebagai variabel bebas (*independent*) dan citra sebagai variabel terikat (*dependent*).

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.⁵⁵

3.1.1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.⁵⁶ Dalam hal ini data yang diperoleh dari nasabah di perusahaan pembiayaan Astar FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus.

3.1.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diolah lebih lanjut dan di sajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini di peroleh dari data tentang perusahaan

⁵⁵ Husain Umar, *Research Methods In Finance And Banking*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm. 82.

⁵⁶ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitati*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008, hlm. 103.

pembiayaan Astar FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus mengenai gambaran umum tentang perusahaan, dan berbagai sumber informasi yang telah dipublikasikan baik jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, majalah, dan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder dimaksudkan agar dapat memberikan ilustrasi umum dan dapat mendukung hasil penelitian.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁵⁷

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di perusahaan pembiayaan Astar FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus. Karena jumlah populasi yang akan diteliti tidak teridentifikasi (*unidentified*), maka dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil sampel dari populasi yang ada dengan menggunakan metode *simple random sampling* yaitu dengan mengambil sebagian dari jumlah populasi obyek penelitian secara acak, sehingga memudahkan dalam mengambil data di lapangan.

⁵⁷ Muhammad, *Op. Cit.*, hlm. 161.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.⁵⁸ Menurut Sugiono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁹

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Simple Random Sampling* yaitu: cara pemilihan sampel di mana anggota dari populasi dipilih satu persatu secara random atau acak (semua mendapat kesempatan yang sama untuk dipilih) di mana jika sudah di pilih tidak dapat di pilih lagi.⁶⁰ Dalam penelitian ini penulis mengambil sebanyak 100 sampel.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Wawancara

Pihak-pihak yang diwawancarai oleh penulis adalah pegawai, karyawan, dan juga dari masyarakat yang menjadi nasabah perusahaan pembiayaan Astar FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus.

3.3.2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data diskriptif guna menguji hipotesis. Model kajian untuk memperoleh data tersebut

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 162.

⁵⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010, hlm. 118.

⁶⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007, hlm. 123.

digunakan kuesioner yang bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban pada beberapa alternatif saja atau pada satu jawaban saja. Sedangkan penyusunan skala pengukuran digunakan metode LSR (*Likert Summated Ratings*). Dengan alternatif pilihan jawaban sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju, dengan ketentuan sabagai berikut:

Tabel: 3.1.
Operasional Variabel Penelitian.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
- <i>Syari'ah marketing</i>	Adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.	- Teistis (<i>rabbaniyyah</i>) - Etis (<i>akhlaqiyyah</i>) - Realistis (<i>al-waqi'iyah</i>) - Humanistis (<i>insaniyyah</i>)	<i>Likert</i>
- Citra	Adalah persepsi nasabah terhadap jati diri perusahaan pembiayaan Astra FIF (<i>Federal International Finance</i>) layanan syari'ah kantor cabang Kudus, didasari pada apa yang mereka ketahui atau kira tentang leasing yariah, yang akhirnya akan mempengaruhi rangsangan nasabah untuk mengambil keputusan dalam membeli produk Astra FIF (<i>Federal</i>	- <i>Fairly Universal</i> - <i>Transparency</i> - <i>Rahmatan lil Alamin</i> - Penuh Kepastian	<i>Likert</i>

	<i>International Finance</i>) layanan syari'ah kantor cabang Kudus.		
--	--	--	--

3.3.3. Dokumentasi

Informasi lain tentang hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, buku dan sebagainya yang diperoleh peneliti adalah dengan dokumentasi. Diantaranya dokumentasi arsip-arsip dari perusahaan pembiayaan Astra FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus yang diteliti.

3.4. Variabel Penelitian

Di dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas X (*syari'ah marketing*) dan variabel terikat Y (citra). Dari masing-masing variabel tersebut dapat diukur dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yang dituangkan dalam sebuah koesioner, sehingga lebih terarah dan sesuai dengan metode yang digunakannya.

Dibawah ini diungkapkan operasionalisasi variabel penelitian dengan perincian sebagai berikut:

3.4.1. Variabel Bebas atau X (*independent variable*)

Yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas (*dependent variable* atau terikat). Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penerapan *syari'ah marketing* yang meliputi empat sub variabel, yaitu teistis (*rabbaniyyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realistik (*al-waqi'iyah*), humanistik (*insaniyyah*).

3.4.2. Variabel Terikat atau Y (*dependent variable*)

Yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (*independent variable* atau variabel bebas). Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah citra perusahaan pembiayaan Astra FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus yang meliputi lima sub variabel, yaitu *fairly, universal, transparency, rahmatan lil alamin*, penuh kepastian.

3.5. Teknis Analisis Data

Di dalam penelitian ini ada beberapa analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh implementasi *syari'ah marketing* terhadap citra perusahaan. Di antaranya yaitu menggunakan analisis:

- 1) Analisa kualitatif, yaitu menganalisis data tanpa menggunakan perhitungan angka-angka melainkan menggunakan sumber informasi yang relevan untuk mengetahui implementasi *syari'ah marketing* pada perusahaan pembiayaan Astra FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus.

- 2) Analisis kuantitatif, yaitu menganalisis data dengan menggunakan perhitungan angka-angka untuk mengetahui pengaruh implementasi *syari'ah marketing* terhadap citra perusahaan pembiayaan Astra FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus.
- 3) Analisis regresi sederhana, yaitu untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel (variabel X dan variabel Y) dengan menggunakan alat statistik.⁶¹

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, maka diperlukan pengujian, yaitu:

3.5.1. Uji Instrumen

3.5.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁶²

Kriteria daftar pertanyaan untuk masing-masing variabel dapat dikatakan valid apabila nilai dari r hitung lebih besar atau sama dengan nilai r tabel. Untuk mengetahui r hitung penulis menggunakan alat bantu SPSS *for Windows* versi 16.0 sedangkan untuk mencari r tabel adalah dengan mencarinya dalam tabel (terlampir) dengan harus mengetahui terlebih dahulu nilai derajat kebebasannya. Derajat kebebasan (*degree*

⁶¹ Agus Eko Sujianti, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009, hlm. 56.

⁶² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005, hlm. 45.

of freedom) dalam penelitian ini adalah $df = n - k - 1$. Dengan ketentuan n (jumlah responden) adalah 100 responden dan k (variabel independen) adalah 1 (*Syari'ah Marketing*), sehingga besarnya df adalah $100 - 1 - 1 = 98$ dengan α 0.05 ($\alpha=5\%$), didapat r tabel 0,1966.

Tabel 3.2.
Hasil Uji Validitas Instrumen.

Variabel	Item	Corrected item total Correlation (r hitung)	r tabel	Hasil	Keterangan
<i>Syari'ah Marketing</i> (X)	P 1	0,34483	0,1966	Valid	Dipakai
	P 2	0,3040791	0,1966	Valid	Dipakai
	P 3	0,609471	0,1966	Valid	Dipakai
	P 4	0,197531	0,1966	Valid	Dipakai
	P 5	0,40792	0,1966	Valid	Dipakai
	P 6	0,236754	0,1966	Valid	Dipakai
	P 7	0,415877	0,1966	Valid	Dipakai
	P 8	0,646543	0,1966	Valid	Dipakai
Citra Perusahaan (Y)	P 9	0,294403	0,1966	Valid	Dipakai
	P 10	0,342481	0,1966	Valid	Dipakai
	P 11	0,284737	0,1966	Valid	Dipakai
	P 12	0,456847	0,1966	Valid	Dipakai
	P 13	0,325023	0,1966	Valid	Dipakai
	P 14	0,521047	0,1966	Valid	Dipakai
	P 15	0,492043	0,1966	Valid	Dipakai
	P 16	0,473107	0,1966	Valid	Dipakai
	P 17	0,419694	0,1966	Valid	Dipakai
	P 18	0,490041	0,1966	Valid	Dipakai

Sumber : Data yang diolah, 2013.

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item

memiliki r hitung lebih besar dan positif dibanding r tabel untuk $(df) = 98$ dengan taraf signifikansi 5% dengan uji dua sisi dengan r tabel sebesar 0,1966.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari r tabel.⁶³ Suatu kuesioner disebut reliabel/ handal jika jawaban-jawaban seseorang konsisten. Reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Berikut ini hasil pengolahan penulis dengan bantuan SPSS *for Windows* versi 16.0 adalah:

Tabel 3.3.
Uji Reliabilitas.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.462	.484	18

Sumber : Data yang diolah, 2013.

⁶³ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006, hlm. 41.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,462. Karena $\alpha(0,462) > r_{\text{tabel}}(0,1966)$ maka instrument dinyatakan reliabel, dengan interval yang dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 3.4.
Criteria Cronbach's Alpha.

No	Interval	Kriteria
1.	< 0,200	Sangat rendah
2.	0,200 – 0,399	Rendah
3.	0,400 – 0,599	Cukup
4.	0,600 – 0,799	Tinggi
5.	0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

Dengan demikian hasil α (0,462) dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai kriteria cukup atau sedang.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk pengujian normalitas data, dalam

penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.⁶⁴

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Metode lain yang digunakan dalam analisis grafik adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang akan menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam mode regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.⁶⁵

3.5.2.3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode T dengan kesalahan pada periode $t-1$

⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 110.

⁶⁵ Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hlm. 105.

(sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi.⁶⁶

3.5.3. Metode Analisis Data

Dengan adanya pengaruh implementasi *syari'ah marketing* terhadap citra perusahaan pembiayaan Astra FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus, maka menggunakan rumus sebagai berikut:

3.5.3.1. Analisis Regresi Sederhana

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Terbentuknya citra perusahaan pembiayaan Astra FIF (*Federal International Finance*) layanan syari'ah kantor cabang Kudus.

a = Intersep (titik potong kurva terhadap sumbu Y).

b = Kemiringan (*slope*) kurva linier.

X = *Syari'ah marketing*.

Untuk memastikan apakah *variabel independent* berpengaruh terhadap *variabel dependent*, maka penulis menguji dengan menggunakan uji t.

⁶⁶ *Ibid.*, hlm. 95.

3.5.3.2. Uji t

Menunjukkan nilai signifikan dari tiap-tiap koefisien regresi terhadap kenyataan yang ada.⁶⁷ Langkah-langkah:

a. Menentukan hipotesis nihil dan alternatif.

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ (tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat implementasi *syari'ah marketing* terhadap citra perusahaan).

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_0$ (ada pengaruh yang signifikan antara tingkat implementasi *syari'ah marketing* terhadap citra perusahaan).

b. Menentukan *level of significant* ($\alpha = 0,05$).

c. Kriteria pengujian.

H_0 diterima bila $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$.

H_0 ditolak bila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $t\text{-hitung} < -t\text{-tabel}$.

d. Perhitungan nilai t.

Dimana:

B = koefisien regresi dari variabel tingkat pendidikan.

S_{b1} = standar *error* koefisien regresi.

e. Kesimpulan.

Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dapat diketahui pengaruh implementasi *syari'ah marketing* terhadap lembaga pembiayaan.

⁶⁷ Algifari, *Analisis Regresi : Teori, Kasus dan Solusi*, Yogyakarta : BPFE UGM, 2000, hlm. 39.

3.5.3.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Secara umum koefisien determinan untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data tuntun waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Untuk menjelaskan aplikasi dengan menggunakan program SPSS.⁶⁸

Untuk mengetahui persentase besarnya perubahan variabel independen yang disebabkan oleh variabel dependen.

Koefisien determinasi ini di mana:

R^2 : Koefisien Determinasi.

Y : Citra Perusahaan.

X : *Syari'ah Marketing*.

⁶⁸ *Ibid.*, hlm. 45-48.