

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis penelitian dan Sumber Data**

##### **3.1.1. Jenis penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan yang bersifat lapangan jenis penelitian kuantitatif karena memandang bahwa realitas, atau fenomena dapat diklasifikasikan relatif tetap kongkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala sebab-akibat. Penelitian ini dilakukan pada sampel tertentu yang *Representatif*. Proses penelitian bersifat deduktif karena digunakan untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat merumuskan hipotesis. Hipotesis selanjutnya diuji melalui pengumpulan yang ada dilapangan.<sup>66</sup>

Penelitian ini ditunjukan untuk memperoleh bukti empiris, menguji dan menjelaskan pengaruh marketing syariah terhadap minat anggota (study kasus pada KJKS BINAMA Semarang). Penelitian ini juga disebut kausalitas yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab akibat) dari dua atau lebih fenomena. Data diperoleh langsung di KJKS BINAMA Semarang.

---

<sup>66</sup> Sugiyono , *Metodologi Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*; Bandung :Alfabeta cet ket 10 2010 hlm 4

Instrument yang sesuai dengan indikator didesain dengan menggunakan skala likert. Data yang terkumpul telah diolah dalam bentuk angka dan dianalisis secara kuantitatif dan dengan uji hipotesis. dengan menggunakan *SPSS 16,0 for Windows*.

### 3.1.2. Sumber Data

#### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli.<sup>67</sup> Baik individu atau perorangan seperti dari hasil observasi, wawancara atau pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.<sup>68</sup> Untuk memperoleh data observasi peneliti melakukan pengamatan yang ada di KJKS BINAMA dan untuk metode dalam wawancara, peneliti melakukan wawancara dengan Bu Ira Deputy Bidang Marketing Semarang. Disamping itu peneliti memperoleh data dengan penyebar kuesioner kepada responden (Anggota KJKS BINAMA yang terdaftar sebagai anggota) kuesioner yang dipakai skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, dengan lima alternatif jawaban daftar pertanyaan.

---

<sup>67</sup> Muhammad, *Metodologi Pendekatan Ekonomi Islam pendekatan kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

<sup>68</sup> Husain Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2005 hlm 42

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang berasal dari sumber kedua yang diperoleh dari jurnal, buku-buku, brosur, dan artikel yang didapat dari *website* atau diperoleh dari catatan pihak lain yang berkaitan dengan penelitian ini.<sup>69</sup> Data yang diperoleh laporan historis KJKS BINAMA yang telah tersusun dalam arsip atau data dokumen yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data ini mendukung pembahasan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang membantu mengkaji secara kritis diantaranya yang berkaitan dengan penelitian ini<sup>70</sup>

### 3.2. Populasi Dan Sampel

#### 3.2.1. Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>71</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Anggota KJKS BINAMA Semarang.

---

<sup>69</sup> Burhan Bugis, *Metodologi Penelitian Kuantitatif komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan public ilmu-ilmu social* lainnya, Jakarta: Kencana, 2005, hlm 119

<sup>70</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kuantitatif* Edisi Revisi, Bandung: PT, Remaja Rosdakarya, offset, 2006, hlm 160

<sup>71</sup> Sugiyono “ *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2006, hal 89

### 3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>72</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah minat anggota. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan, *Simpel Random Sampling* yaitu pengambilan sampel yang di gunakan secara acak tanpa memperlihatkan strata yang ada dalam populasi yang homogen. Agar sampel yang didapat terdistribusi dengan baik, maka populasi juga harus di buat acak atau tidak urut<sup>73</sup>. Untuk memenuhi standar eror sampel, maka di gunakan rumus solvin.

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

Dimana :

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

è: nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

---

<sup>72</sup> Ibid , hal 81.

<sup>73</sup> Husain Umar, *Metode Riset Bisnis* , Jakarta: PT Raja Grafindo Persada Utama,2003 hal

$$n = \frac{21067}{1 + 21067(0,1)^2}$$

$$n = \frac{21067}{1 + 210,67}$$

$$n = 21067/211,67$$

$$n = 99,52 = 100$$

Jadi dari rumus solvin diatas, dengan nilai kritis sebesar 10% di butuhkan besaran sampel 99,52 karena jumlah responden merupakan variabel diskret, maka 99,52 dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

#### 3.3.1. Observasi

Metode observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang akan mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat penelitian secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R& D*, Bandung, cv Alfabeta, 2009 hlm 145

Dari proses pelaksanaan observasi, penelitian ini menggunakan metode observasi nonpartisipan karena peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Peneliti mengamati objek penelitian di KJKS BINAMA Semarang

### **3.3.2. Wawancara**

Wawancara, yaitu: cara mengumpulkan data dengan mengajukan berbagai pertanyaan secara langsung kepada responden. Wawancara dilakukan dengan mengambil responden dari masyarakat yang menjadi anggota dan manajer serta karyawan KJKS BINAMA Semarang sebagai salah satu pendukung yang memperkuat data.

### **3.3.3. Kuesioner**

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang didistribusikan kepada responden untuk diisi sehingga hasil isian dari responden merupakan tanggapan dan jawaban atas berbagai pertanyaan yang diajukan dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang mungkin kita ketahui kuesioner didistribusikan kepada anggota yang sedang melakukan transaksi di KJKS BINAMA tersebut.

## **3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Pengukuran.**

Variabel penelitian adalah objek penelitian yang menjadi titik perhatian. Variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen (terikat) variabel yang nilainya

tergantung dari nilai variabel lain (Y) dan variabel independen (bebas) adalah variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain (X).

1. *Marketing syariah* sebagai variabel *independen* (bebas),
2. *Minat anggota* sebagai variabel *dependen* (terikat).

**Tabel 3.1**

**Operasional Variabel Pengukuran dan Penelitian**

Variabel	Konsep variabel	Operasional variabel	Alat ukur
<b>1. Marketing syariah</b>			
Teistis ( <i>rabbaniyyah</i> )	Syariah marketer harus memiliki ketahanan moral, selalu mendekati diri pada Allah, dan menyakini jika gerak geriknya diawasi oleh sang khalik karena marketing akrab dengan penipuan, sumpah palsu.	-tidak ada penipuan (jujur) dalam memasarkan produk -tidak ingkar janji dalam memasarkan produk.	<b>Skala Likert 1-5</b>
Etis ( <i>akhlaqiyah</i> )	Syariah marketer harus mengedepankan akhlak dan etika	-bersikap, berperilaku sopan, ramah - bersikap rendah hati.	
Realistis ( <i>al-waqi'iyah</i> )	Syariah marketer harus profesional, tidak kaku dalam bergaul.	-menguasai dengan betul tentang produk yang ditawarkan. - mudah bergaul	
Humanistis ( <i>al-insaniyyah</i> )	Syariah marketer harus, memelihara sifat kemanusiaannya, menghilangkan nafsu	-tidak menghiraukan status -sedia membantu kesulitan yang dialami nasabah.	

	kehewanan, tidak serakah, melainkan peduli keadaan sosial		
<b>2. MINAT</b>			
Dorongan diri dalam individu	Keuntungan dalam produk-produk lembaga keuangan syariah bisa mendorong untuk melakukan suatu investasi.	-adanya bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah	<b>Skala Likert</b>
Motif sosial	Dapat menjadi faktor pendorong yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu hal ini berupa kemudahan para anggota untuk mendapatkan produk	-kemudahan dalam bertransaksi	<b>Skala Likert 1-5</b>
Faktor emosional	Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan mendapatkan perasaan senang, hal yang mempengaruhi adalah bentuk transparansi perhitungan bagi pihak marketer sehingga anggota akan merasa senang.	-adanya kejelasan ( <i>transparansi</i> ) dalam pengelolaan.	

### 3.5. Teknik Analisis Data

Data penelitian akan dianalisis dengan menggunakan dua analisis, yaitu

- 1) Analisis deskriptif kualitatif, yaitu menganalisis data tanpa menggunakan perhitungan angka-angka melainkan menggunakan sumber informasi yang relevan untuk mengetahui implementasi marketing syariah pada KJKS BINAMA.

- 2) Analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menganalisis data dengan menggunakan perhitungan angka-angka dengan menggunakan analisis regresi sederhana.

### 3.5.1. Pengujian Instrumen penelitian

#### 3.5.1.1. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Pengujian *validitas instrument* pada penelitian ini digunakan analisis butir, cara pengukuran analisa butir tersebut adalah mengkorelasikan skor butir dengan skor total dengan rumus *product moment*. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai produktif maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.<sup>75</sup>

Kriteria pengujian suatu *butir* dikatakan *valid* atau sah, apabila koefisien korelasi ( $r$ ) berharga positif dan sama atau lebih besar dari harga tabel taraf signifikansi 5%

---

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung, Alfabeta, 2006), hlm 139

### 3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran yang telah dilakukan dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrument dilakukan secara *internal konsistensi*, yaitu mencoba instrument sekali saja.

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan koefisien *Croantbach Alpha*.<sup>76</sup> instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Croanbanch Alpha* lebih besar dari 0,60.<sup>77</sup>

Menghitung tingkat keeratan hubungan (korelasi) dengan menggunakan tabel keeratan hubungan variabel sebagai berikut.<sup>78</sup>

### 3.5.1.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu residual memiliki distribusi

---

<sup>76</sup> Ibid,hlm 1

<sup>77</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multifariale Dengan Program SPSS, Semarang: UNDIP,2005, hlm129

<sup>78</sup> Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurrahman, Analisis korelasi, Regresi, dan Jalur di lengkapi Aplikasi SPSS, Bandung, Pustaka setia,2007,hlm.127-128.

normal. Seperti diketahui uji T dan F mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik ini tidak valid untuk sampel kecil.<sup>79</sup>

**Tabel 3.2**

**Interpretasi nilai r**

Besarnya Nilai R	Interpetasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak Rendah
Antara 0,200 sapai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah.

**3.5.2. Analisis Regresi linear sederhana.**

Dengan adanya pengaruh Implementasi syariah marketing terhadap minat anggota KJKS BINAMA, maka analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, dirumuskan sebagai berikut:

---

<sup>79</sup> Imam ghozali, *aplikasi analisis multivariante dengan program IBM spss 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Cet v 2011, H 160

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Terbentuknya minat anggota KJKS BINAMA

a = Intersep (titik potong kurva terhadap sumbu Y)

b = kemiringan (slope) kurva linier

X = Syariah marketing

Untuk mempengaruhi persamaan regresi atau persamaan untuk memprediksi Y dari X, dimana Y : Diprediksikan pada variabel dependent Y, maka menggunakan rumus:

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

Nilai a menunjukkan *intercept* yang berarti bahwa jika implementasi marketing syariah tidak mempengaruhi minat anggota KJKS BINAMA maka nilai dari variabel terikat sebesar a. Sedangkan b adalah koefisien regresi, yang berarti jika terdapat kenaikan terhadap nilai X (Implementasi syariah marketing) sebesar 1 satuan nilai Y (Minat anggota KJKS BINAMA) akan mengalami kenaikan sebesar nilai b, jika b bernilai (+) maka hubungan variabel X dan Variabel Y berlawanan. Jika data tersebar dalam daerah disekitar garis lurus (atau kurva) maka nilai Y dapat

dicari untuk X yang diketahui. Manfaat dari garis regresi adalah untuk memperkirakan nilai variabel terikat dari variabel bebas jika variabel bebas tersebut telah diketahui.

Untuk melakukan regresi linier sederhana dengan uji signifikansi, yaitu dengan uji T- 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 (Ho) atau Ha diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2005, h. 129.