BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field study*), karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. *Field study* adalah jenis penelitian yang berhubungan dengan peneliti yang terlibat dalam lapangan penelitiannya.¹ Jenis *field study* (studi lapangan) yang dibahas adalah jenis penelitian ketika si peneliti berusaha melibatkan diri sejauh-jauhnya dalam lingkungan.²

3.1.2. Sumber Data

Data adalah hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun angka.³ Adapun dalam penelitian ini, penulis mengambil dua jenis data, diantaranya yaitu:

1. Data Primer

Merupakan data yang diambil langsung dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan.⁴ Data primer dalam penelitian ini didapat dengan memberikan questioner pada anggota BMT Robbani Kaliwungu yang masih aktif.

¹ Dolet Unaradjan, *Pengantar Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: PT. Grasindo, 2000, h. 194.

² *Ibid.*

³ Suharsimi Arikunto, *op. cit.*, h. 96.

⁴ Husein Umar, *op.cit.*, h. 82.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.⁵

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.⁶ *Populasi* adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian.⁷

Adapun yang dijadikan populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota di BMT Robbani Kaliwungu yang sampai sekarang ini masih aktif, yaitu berjumlah 447 anggota.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁸ *Sampel* adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian.⁹

Adapun penulis menetapkan sampel penelitian berdasarkan rumus Slovin, yaitu:

⁵ *Ibid.*

⁶ Suharsimi Arikunto, *op.cit.*, h. 108.

⁷ Purwanto SK, dan Suharyadi, *Statistika, Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2004, h. 323.

⁸ Suharsimi Arikunto, *op. cit.*, h. 109.

⁹ SK, Purwanto dan Suharyadi, *loc. cit.*

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot E^2)}$$

Keterangan:

N : banyaknya sampel yang diperlukan

N : besarnya populasi

E : nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran) ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).¹⁰

Dalam penelitian ini populasi (N) adalah 447 orang, sedangkan persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel (E) nya adalah 10%, yaitu 0,1. jadi besarnya sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{447}{1 + (447 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{447}{1 + (447 \cdot 0,01)}$$

$$n = 81,7 \text{ dibulatkan menjadi } 82 \text{ orang.}$$

3.3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode, diantaranya:

¹⁰ Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005.

1. Angket (Questioner)

Adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.¹¹ Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon anggota mengenai *Marketing Mix* dan motivasi menjalankan agama terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Robbani Kaliwungu.

2. Wawancara

Adalah salah satu teknik pengumpulan data. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai.¹² Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang belum bisa diperoleh dari dokumentasi. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan Manajer BMT Robbani mengenai keanggotaan, perkembangan omzet BMT tersebut.

3. Dokumentasi

Adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.¹³ Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang BMT Robbani Kaliwungu.

Setelah data terkumpul dari pengumpulan data, maka perlu segera diolah oleh peneliti. Adapun dalam pekerjaan analisis penelitian ini, penulis melakukan tiga tahap, diantaranya :

¹¹ Husein Umar, *op. cit.* h. 114.

¹² *Ibid*, h. 116.

¹³ Suharsimi Arikunto, *op.cit.*, h. 206.

a. Tahap Persiapan

Kegiatan dalam tahap persiapan ini diantaranya:¹⁴

1. Mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi.
2. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembaran instrumen barangkali ada yang terlepas atau sobek.
3. Mengecek macam isian data. Jika di dalam instrumen termuat sebuah atau beberapa item yang "tidak tahu" atau isian lain bukan yang dikehendaki peneliti, padahal isian yang diharapkan tersebut merupakan merupakan variabel pokok, maka item ini perlu didrop.

b. Tahap Tabulasi

Menurut G.E.R. Burroughs sebagaimana dikutip oleh Suharsimi, mengemukakan bahwa:

Klasifikasi analisis data sebagai berikut:¹⁵

1. Tabulasi data (*the tabulation of the data*)
2. Penyimpanan data (*the summarizing of the data*)
3. Analisis data untuk tujuan testing hipotesis.
4. Analisis data untuk tujuan penarikan kesimpulan.

Adapun kegiatan dalam tabulasi ini sebagai berikut:

Memberikan skor (*scoring*) terhadap item tiap-tiap soal, dalam menganalisis data yang berasal dari angket bergradasi atau berperingkat 1 sampai 5, peneliti menyimpulkan makna setiap alternatif sebagai berikut:

¹⁴ *Ibid.* h. 209.

¹⁵ *Ibid.*, h. 210.

1. "Sangat Setuju", menunjukkan gradasi paling tinggi. Untuk kondisi tersebut diberi skor 5.
 2. "Setuju", menunjukkan peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan yang ditambah kata "sangat". Oleh karena itu kondisi tersebut diberi skor 4.
 3. "Netral", menunjukkan peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan "setuju" maka diberi skor 3
 4. "Tidak setuju" menunjukkan peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan "Netral" maka diberi skor 2.
 4. "Sangat tidak setuju", yang berada di gradasi paling bawah, diberi skor 1.
- c. Tahap Pengolahan data

Maksud tahap ini adalah pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus-rumus atau aturan-aturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian atau desain penelitian yang diambil.¹⁶

3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.¹⁷

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti adalah :

¹⁶ *Ibid.*, h. 212.

¹⁷ *Ibid.* h. 96.

a. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya/ terpengaruhnya variabel dependen.¹⁸

b. Variabel Dependen

Merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen.¹⁹

3.4.2. Definisi Operasional

a. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel independen, yaitu strategi *Marketing Mix* BMT Robbani Kaliwungu (X1) dan motivasi menjalankan agama (X2).

Adapun dalam pengukuran strategi *Marketing Mix* ini menggunakan beberapa indikator, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi tempat, strategi SDM, strategi proses dan strategi pelayanan.

Sedangkan dalam pengukuran motivasi menjalankan agama menggunakan indikator, yaitu kebutuhan, tujuan *mashlahah*, dan persepsi.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel dependennya

¹⁸ Husein Umar, *op. cit.*, h. 81.

¹⁹ *Ibid.* h. 82.

adalah keputusan menjadi anggota di BMT Robbani Kaliwungu (Y). Adapun dalam pengukuran ini menggunakan beberapa indikator, yaitu adanya kepuasan menjadi anggota di BMT, adanya pengaruh sikap dan karakteristik pribadi, serta adanya pengaruh lingkungan

Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Indikator

Variabel Penelitian	Indikator	Alat Ukur
1. Strategi <i>Marketing Mix</i> (X1). Unsur bauran pemasaran jasa terdiri atas produk, harga, promosi, tempat, SDM, proses dan layanan service. ²⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk <ul style="list-style-type: none"> ▪ Keragaman/jenis ▪ Kualitas/mutu ▪ Kesesuaian dengan syariah 2. Harga <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kewajaran porsi nisbah/ margin ▪ Kesesuaian biaya administrasi 3. Promosi <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Personal selling</i> ▪ Kejelasan informasi ▪ Kejujuran 4. Tempat <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lokasi ▪ Kenyamanan ▪ Kebersihan ▪ Kelengkapan fasilitas 5. SDM <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemampuan/profesionalisme ▪ Kedisiplinan ▪ Tanggung jawab 6. Proses <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemudahan ▪ Kecepatan ▪ Kejelasan 7. Pelayanan <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kesopanan ▪ Keramahan 	Skala Likert

²⁰ Rambat Lupiyoadi A. Hamdani, *op. cit.*, h. 70.

<p>2. Motivasi Menjalankan Agama (X₂). Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi diantaranya: kebutuhan, tujuan, persepsi dan cara dengan apa kebutuhan serta tujuan tersebut dapat direalisasikan.²¹ Motivasi menjalankan agama merupakan suatu dorongan yang timbul pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan atas dasar pertimbangan agama yang diyakininya untuk mencapai tujuan dunia dan akhirat.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kehalalan ▪ Penghindaran riba ▪ Penghargaan/pahala ▪ Selamat dunia akhirat 2. Tujuan <i>Mashlahah</i> Pencapaian <i>mashlahah</i> merupakan tujuan dari syariat islam (<i>maqashid syariah</i>) yang tentu saja harus menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi.²² <ul style="list-style-type: none"> ▪ Manfaat ▪ Berkah 3. Persepsi <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pemahaman ▪ Pengalaman ▪ Kepentingan 	Skala Likert
<p>3. Keputusan Menjadi anggota (Variabel Y). Dalam <i>Teori Kesadaran</i>, tingkah laku seseorang salah satunya dipengaruhi oleh sikap.²³ Adapun adanya kultur, karakteristik pribadi, juga merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku pembeli.²⁴</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan Proses evaluasi akan menentukan apakah konsumen merasa puas atau tidak atas keputusan pembeliannya.²⁵ 2. Sikap/ Karakteristik Pribadi <ul style="list-style-type: none"> ▪ Perasaan tertarik ▪ Perasaan senang ▪ Perhatian 3. Pengaruh Lingkungan 	Skala Likert

Teknik Analisis Data

Adapun dalam penelitian ini merupakan sebuah problema untuk melihat pengaruh sesuatu treatment atau ingin melihat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

²¹ Panji Anoraga, *op. cit.*, h. 44.

²² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *op. cit.*, h. 128.

²³ Sofjan Assauri, *op. cit.*, 135.

²⁴ Muchammad Fauzi, *op. cit.*, h. 50.

²⁵ Sutisna, *op. cit.*, h. 15.

Adapun dalam pengolahan data ini menggunakan metode analisis statistik dengan SPSS 12 (*Statistic Product and Service Solution*). Di gunakan untuk mengetahui diskripsi responden, validitas instrumen dan reabilitas dari tiap-tiap variabel, mengetahui ada tidaknya pengaruh strategi *Marketing Mix* BMT Robbani Kaliwungu dan motivasi menjalankan agama terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Robbani Kaliwungu yaitu dengan menganalisis data yang telah terkumpul dari hasil angket. Metode tersebut diantaranya:

1. Metode Analisis Statistik

- 2.1. Uji Validitas dan Reabilitas

- 2.1.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Prinsip validitas adalah pengukuran atau pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data. Instrumen harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi validitas lebih menekankan pada alat pengukuran atau pengamatan. Jika r tabel $<$ r hitung, maka butir soal disebut valid²⁶

- 2.1.2. Uji Reabilitas

²⁶ www.uji-validitasreabilitas.com, didownload pada tanggal 29 November 2010.

Reabilitas adalah kesamaan hasil pengukuran atau pengamatan bila fakta atau kenyataan hidup tadi diukur atau diamati berkali – kali dalam waktu. Kemudian untuk menentukan reabilitas bisa dilihat dari nilai *alpha*. Jika nilai *alpha* lebih besar dari nilai r tabel maka bisa dikatakan reliabel. Ada juga yang berpendapat reliabel jika nilai $r > 0,60$.

2.2. Analisis Regresi Berganda

Untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua dikenal dengan analisis berganda. Bentuk persamaan regresi dengan dua variabel independen adalah:²⁷

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

X₁ = strategi *Marketng Mix*

X₂ = motivasi menjalankan agama

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel strategi *Marketng Mix*

β_2 = koefisien regresi variabel motivasi menjalankan agama

e = pengganggu (*error*)

²⁷ SK. Purwanto dan Suharyadi, *op. cit.*, h. 508.

2.3. Pengujian Hipotesis

2.3.1. Uji signifikansi parsial atau Uji t

Uji signifikansi parsial atau individual adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas.²⁸

2.3.2. Uji F

Uji ini dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu $X_1, X_2, \dots, X_k$, untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel tidak bebas Y . Uji global juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol.²⁹

2.3.3. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi.³⁰

Nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel bebas baik X_1

²⁸ *Ibid.*, h. 525.

²⁹ *Ibid.*, h. 523.

³⁰ *Ibid.*, h. 514.

maupun X_2 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X_1 maupun X_2 .³¹

2.4. Uji Asumsi Klasik

2.4.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah angket yang disebar terdistribusi normal apa tidak.

2.4.2. Multikolinearitas

Multikolinier adalah adanya lebih dari satu hubungan linier yang sempurna.³² Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut.³³

- a. $VIF < 5$ maka tidak terdapat dimultikolinier
- b. *Tolerance* $> 0,1$ maka tidak terdapat dimultikolinier

2.4.3. Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain.³⁴ Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.* h. 528.

³³ <http://multikolinearitas-dan-autokorelasi/>, didownload pada tanggal 16 November 2010

³⁴ <http://www.konsultanstatistik.asumsi-klasik.html>, didownload pada tanggal 16 November 2010.

kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

2.4.4. Uji Autokorelasi

Menguji apakah dalam sebuah model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya).