

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Data didapat dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel atau populasi. Semua data pada hakikatnya merupakan cerminan suatu variabel yang diukur menurut klasifikasinya. Data berperan sebagai masukan yang akan diolah menjadi informasi yang jelas kemudian dianalisis dan menghasilkan output untuk penentuan rencana lebih lanjut.<sup>38</sup>

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2005: 132). Adapun data primer dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebarakan peneliti kepada Anggota BMT yang menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Kuesioner yang akan dibagikan adalah bersifat tertutup yaitu: suatu angket di mana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh peneliti. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya, biasanya dengan memberikan tanda X atau  $\surd$  (Kriyantono, 2010: 98).<sup>39</sup>

Dalam kuesioner penelitian ini menggunakan skala *Likert*, yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang

---

<sup>38</sup>. Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008, h. 99

<sup>39</sup>. Jonathan Sarwono, *Metode Riset, Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*, Jakarta: PT Raja Elex Media Kompetindo, 2012, h. 41

atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013: 136).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Sangat setuju	skor 4
Setuju	skor 3
Tidak setuju	skor 2
Sangat tidak setuju	skor 1. <sup>40</sup>

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Dalam penelitian ini data diperoleh BMT MADE, buku maupun internet yang terkait dengan penelitian ini.<sup>41</sup>

### 3.2. Metode Pengumpulan Data

.Dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang dapat digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya, diantaranya adalah sebagai berikut :

#### 3.2.1 Metode Wawancara

Wawancara yang dimaksud adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang peneliti dengan pihak manajemen yang bersangkutan dengan obyek penelitian. Dalam menerapkan teknik

---

<sup>40</sup> . Burgin, *Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*,...h. 91.

<sup>41</sup> . Sarwono, *Prosedur SPSS*,... h. 33.

wawancara seorang pewawancara harus mampu membuat suasana yang kondusif.<sup>42</sup> Ada beberapa faktor yang mempengaruhi arus informasi dalam wawancara yaitu: pewawancara, responden, pedoman wawancara, dan situasi wawancara.

Pewawancara adalah pengumpul informasi. Oleh karena itu, pewawancara diharapkan dapat menyampaikan semua pertanyaan dengan jelas, merangsang responden untuk menjawab semua pertanyaan, dan mencatat semua informasi yang dibutuhkan dengan benar.

Responden merupakan pemberi informasi yang diharapkan dapat menjawab semua pertanyaan dengan jelas dan lengkap. Untuk itu diperlukan motivasi atau kesediaan responden menjawab pertanyaan dan hubungan selaras antara responden dan pewawancara.

Pedoman wawancara yang digunakan pewawancara menguraikan masalah penelitian yang biasanya dituangkan dalam bentuk daftar pertanyaan. Isi pertanyaan yang peka atau sulit dapat menghambat jalannya wawancara. Sedangkan situasi wawancara berkaitan dengan waktu, tempat, kehadiran orang ketiga, dan sikap masyarakat umumnya. Waktu dan tempat yang tidak sesuai dapat menjadikan pewawancara canggung dan responden enggan menjawab pertanyaan. Adanya orang ketiga, dapat mempengaruhi

---

<sup>42</sup>. Muhammad, *Metodologi...*, h. 150-151.

responden dalam menjawab, demikian pula dengan sikap masyarakat umum.<sup>43</sup>

Jenis wawancara dapat dibedakan menurut sifat pertanyaan dan jumlah pewawancara. Berdasarkan sifat pertanyaan, wawancara dibedakan menjadi:

- 1) Wawancara Terpimpin yaitu pertanyaan yang diajukan dalam wawancara menurut daftar pertanyaan yang telah disusun.
- 2) Wawancara tak Terpimpin yaitu tanya jawab bebas antara pewawancara dengan responden.
- 3) Wawancara bebas Terpimpin yaitu pewawancara sudah menyusun inti pokok pertanyaan yang akan diajukan.

Sedangkan dilihat dari perbedaan jumlah pewawancara, wawancara dapat dibedakan atas:

- 1) Wawancara Perseorangan yaitu seorang pewawancara berhadapan langsung dengan seorang responden yang diwawancarai.
  - 2) Wawancara kelompok yaitu sekelompok pewawancara berhadapan dengan seorang atau kelompok responden.
- Tujuan pelaksanaan wawancara ini adalah untuk saling mengadakan kontrol, melengkapi, dan memperjelas yang masih kabur. Selain itu, wawancara jenis ini dapat

---

<sup>43</sup>. Hermawan Wasito, Pengantar Metodologi penelitian, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1995, h. 72.

menghemat waktu.<sup>44</sup> Wawancara yaitu cara pengumpulan data dengan mengajukan berbagai pernyataan secara langsung kepada responden, wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pernyataan secara lisan kepada subyek penelitian. Wawancara disini ditunjukkan kepada karyawan BMT MADE Demak.

### 3.2.2 Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu kegiatan pengumpulan data dengan mengabil data yang telah tercatat atau terdata dalam suatu laporan atau pembukuan sehingga penulis tidak melakukan pengelolaan langsung.<sup>45</sup> Data ini bersumber dokumentasi BMT MADE Demak

## 3.3 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun penelitian ini adalah nasabah menggunakan produk Bai' Bitsaman ajil di BMT MADE Demak.

Penelitian selalu berhadapan dengan masalah sumber data yang disebut populasi dan sampel penelitian. Penentuan sumber data tersebut

---

<sup>44</sup>. Ibid, h. 73.

<sup>45</sup>. Muhammad, *Metodologi...*, h. 152.

bergantung pada masalah yang akan diteliti, serta hipotesis yang akan diuji kebenarannya.<sup>46</sup>

Secara singkat, populasi dapat dikatakan sebagai:

1. Sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian dan elemen populasi itu merupakan satuan analisis.
2. Sekelompok objek, baik manusia, gejala, nilai tes, benda atau peristiwa.
3. Semua individu untuk siapa kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel itu.
4. Jumlah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya kan diduga.

Dari beberapa pengertian tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa, sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian.

Sampel adalah sebagian dari populasi dan dibatasi pada sejumlah penduduk yang jumlahnya kuran dari jumlah populasi.

Ada beberapa pengertian sampel, yaitu:

1. Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian.
2. Sampel adalah sebagian individu yang diselidiki.

---

<sup>46</sup>. *Ibid*, h. 49.

3. Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki.

Pada dasarnya ada beragam cara pembagian teknik penentuan sampel dengan bertolak pada asumsi yang sama yaitu teknik penentuan sampel harus secara maksimal memungkinkan diperolehnya sampel yang benar-benar mewakili populasi (representatif).<sup>47</sup> Untuk itu dikenal dua jenis teknik penentuan sampel yaitu: penentuan sampel secara acak (*random sampling*) yang memiliki kemungkinan tinggi untuk menetapkan sampel yang representatif. Dan teknik penentuan sampel tak acak (*non-random sampling*) yang lebih rendah kemungkinannya menghasilkan sampel yang representatif.<sup>48</sup>

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel acak (*non probabilitas sampling*) yaitu metode sampling yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini, sampel yang diambil adalah 87 responden. Pengambilan sampel diperoleh berdasarkan rumus slovin :

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

---

<sup>47</sup> Moh. Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, h. 103.

<sup>48</sup> Wasito, *Pengantar...*, h. 51-53.

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  =Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir.

$$n = \frac{665}{1+665 \cdot (0,1)^2} = \frac{665}{1+10} = 86,93 = 87$$

Dapat diketahui bahwa dari perhitungan sampel diatas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 87 responden.

### 3.4 Variabel penelitian

Variabel adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional. Suatu variabel adalah konsep tingkat rendah yang acuan-acuannya secara relatif mudah diidentifikasi, diurut atau diukur (Kriyantono, 2010: 20).

Dalam penelitian ini variabelnya adalah:

1. Variabel independen: variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013: 64).
2. Variabel dependen: sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau

yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013: 64).

Dan variabel independen (variabel X) dalam penelitian ini adalah: Marketing Syari'ah. Sedangkan variabel dependen (variabel Y) dalam penelitian ini adalah: Minat nasabah produk Bai' Bitsman Ajil.

**Dalam penelitian ini, operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat dari tabel 3.2 sebagai berikut :**

Variabel	Indikator	Definisi	Keterangan Skala
Marketing syari'ah (X)	<i>Teistis</i> (marketing Perilaku Adil)	Sifat ketuhanan dalam hukum yang paling adil, paling sempurna dalam segala bentuk kegiatan pemasarannya	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likers
	<i>Etis</i> (marketing perilaku bertanggung jawab)	Marketing Syari'ah mengedepankan nilai-nilai moral dan etika	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likers
	<i>Realistis</i> (marketing Perilaku Jujur)	Marketing Syari'ah syari'ah yang fleksibel bekerja dengan profesional	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likers
	<i>Humanistis</i> (marketing Peilaku Rendah hati)	Marketing syari'ah yang bersifat universal	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likers
Minat nasabah produk Ba'i Bitsaman Ajil (Y)	Perasaan tertarik	Rasa dimana ingin terlibat kedalam suatu obyek	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likers

	Motif	Alasan seseorang untuk melakukan sesuatu dorongan dalam diri	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likers
	Perasaan senang	Perasaan yang hubungan dari hati	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likers
	Perhatian	Pemusatan pikiran tenaga yang tertuju kepada keinginan	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likers

### 3.5 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara yaitu analisis kuantitatif deskriptif. Analisis yang dilakukan terhadap data antara lain, uji validitas dan realibilitas analisis regresi sederhana.

#### 3.5.1 Pengujian Intrumen penelitian

##### 3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini biasanya mendukung suatu kelompok variabel tertentu (Wiratna, 2012: 177).

Dalam sebuah penelitian memang sangat diperlukan alat ukur untuk menguji seberapa besar ketepatan (validitas) untuk menghasilkan data yang valid. Sehingga dalam penelitian ini peneliti akan menguji validitas kuesioner

dengan mengkorelasikan jawaban responden masing-masing item dengan skor totalnya menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut.

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien *product moment*

n = jumlah individu dalam sampel

X = skor butir

Y = skor total

Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Apabila r hitung (untuk r tiap butir) dilihat pada kolom corrected item-total correlation lebih besar dari nilai r positif maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.<sup>49</sup>

### 3.5.1.2 Uji Reabilitas

Uji Reabilitas ini dimaksud untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran yang telah dilakukan dapat dipercaya. Pengujian reabilitas instrumen dilakukan secara internal *consistency*, yaitu mencobakan instrumen sekali saja.

---

<sup>49</sup>. Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: PT Alfa Beta, 2014, h.274.

Reabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu pengukur alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach alpha*.<sup>50</sup> Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Croanbach alpha* lebih besar dari 0,60.

Menghitung tingkat keeratan hubungan (korelasi) dengan menggunakan tabel keeratan hubungan variabel tersebut

#### 3.5.1.3 Uji Normalis

Uji normalis digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.<sup>51</sup> Uji normalis bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

#### 3.5.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wijaya bahwa uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan atau observasi.<sup>52</sup> Sedangkan pengertian uji heteroskedastisitas adalah digunakan apabila muncul kesalahan

---

<sup>50</sup>. Sugiono, *Administrasi...*, h.135.

<sup>51</sup> Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mesiakom, 2008, h.28.

<sup>52</sup> Haryadi Sarjono, Winda Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, h, 66.

atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lain.

Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>53</sup>

### 3.5.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Regresi Linier Sederhana* didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Rumus:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y ketika harga X= 0(harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang

---

<sup>53</sup>. Ibid, h. 185.

didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka garis turun.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Kemudian secara teknis harga b merupakan tange dari (perbandingan) antara panjang garis variabel dependen, setelah persamaan regresi ditemukan.

Untuk melakukan regresi linier dengan uji signifikan, yaitu dengan alat uji T-test dan F-test

1.  $H_0: P=0$  (tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y)

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

Menurut kriteria P value:

- a. Jika  $P > 5\%$  Keputusannya adalah menerima hipotesis Nol ( $H_0$ ) atau  $H_a$  ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jik  $P < 5\%$  Maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) atau  $H_a$  diterima artinya ada pengaruhnya yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>54</sup>

1. F-test untuk menguji pengaruh secara bersama-sama silmultan rumusan:

---

<sup>54</sup>. Danang sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi*, Yogyakarta: Alfabeta, 2012,h.115.

Rumusan statistik

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

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

- a. Jika  $P > 5\%$  maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (Ho)
- b. Jika  $P < 5\%$  maka keputusan adalah menolak hipotesis nol (Ho).<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup>. Danang sunyoto, *Riset Ekonomi*....h.199.