

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field ressearch*) yakni pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan.⁴⁹ Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian analisis kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka.⁵⁰

3.2 Sumber Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang didapat peneliti dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁵¹ Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang berkaitan dengan promosi, diferensiasi citra serta minat. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pihak Rumah Zakat cabang Semarang. Disamping wawancara

⁴⁹ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, hlm. 46.

⁵⁰ Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia, 2005, hlm. 93.

⁵¹ Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 103

peneliti juga memperoleh data dari para *muzzaki* dengan cara menyebarkan kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti. Kuesioner tersebut di design dengan menggunakan skala *likert*.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui buku-buku, brosur dan artikel yang di dapat dari *website* yang berkaitan dengan penelitian.⁵² Atau data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung, data ini mendukung pembahasan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang di peroleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian tersebut.⁵³ Untuk memperoleh data tersebut peneliti mengambil beberapa buku, brosur, *website*, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.3.1 Metode Angket (Kuesioner)

⁵² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 122.

⁵³ Uma Sekaran, *Research Methods For Business Metode Penelitian untuk bisnis*, Bandung: PT. Salemba Empat, 2006, hlm. 65.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.⁵⁴ Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup.

Instrument kuesioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable. Instrumen yang valid berarti instrument tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrument yang *reliable* adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin.⁵⁵ Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. N : Netral
4. TS : Tidak Setuju
5. STS: Sangat Tidak Setuju

⁵⁴ Sugiyono, *op. cit*, hlm. 199.

⁵⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta:: PT Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 65.

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut :

1. SS : 5
2. S : 4
3. N : 3
4. TS : 2
5. STS : 1

Validitas berarti kesucian alat ukur dengan apa yang hendak diukur, artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau objek yang ingin diukur. Reabilitas artinya memiliki sifat yang dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reabilitas apabila dipergunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain akan tetapi memberikan hasil yang sama. Jadi reabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur dalam hal dan objek yang sama.⁵⁶

3.3.2 Metode Wawancara (*Interview*)

Merupakan teknik pengambilan data di mana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali

⁵⁶ Imam ghozali, *op.cit*, hlm. 47

informasi dari responden.⁵⁷ Pada dasarnya terdapat dua jenis wawancara yaitu wawancara terstruktur dan wawancara bebas tidak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu jenis wawancara yang disusun secara terperinci. Wawancara tidak terstruktur yaitu jenis wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan.⁵⁸

Peneliti akan melakukan wawancara kepada pihak manajemen Rumah Zakat Cabang Semarang untuk mendapatkan data tertentu, terutama apabila data yang diperoleh melalui metode dokumentasi ada yang belum jelas.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian.⁵⁹ Sedangkan sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian.⁶⁰ Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel acak (*probabilitas sampling*) yaitu metode pemilihan sampel, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama

⁵⁷ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2006), hlm. 137

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Putra, 2006), hlm. 227

⁵⁹ Suharyadi Purwanto S.K, *Statistika Untuk Ekonomi & Keuangan Modern, Buku 2*, (Jakarta: Salemba Empat. 2004), h. 323.

⁶⁰ *Ibid*

untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁶¹ Dalam teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *probabilitas sampling* (sampel acak) karena peranan *muzakki* sama dalam mewakili populasinya, di samping itu untuk mempermudah dalam menentukan sampel yang mudah ditemui. Responden yang dipilih adalah Muzakki Rumah Zakat Indonesia Cabang Semarang. Pengambilan sampel diperoleh berdasarkan rumus *slovin*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua *muzakki* di Rumah Zakat cabang Semarang sebanyak 3.109 orang.⁶²

Menurut Slovin untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan rumus:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 10 %.

Besarnya populasi yang yang diketahui sebesar 2.197 orang, jadi besarnya sampel yang di gunakan adalah:

⁶¹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 137.

⁶² *Ibid*, hlm. 141

$$n = \frac{3.109}{1 + 3.109 \cdot (10\%)^2}$$

$$n = 99,96$$

Untuk memudahkan peneliti dalam pengolahan data maka peneliti membulatkan sampel dari 99,96 menjadi 100 sampel.⁶³

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik penelitian.⁶⁴ Obyek penelitian yang dimaksud adalah minat masyarakat menjadi muzakki di Rumah Zakat cabang Semarang. Pada dasarnya penentuan variabel penelitian merupakan operasionalisasi kontrak supaya dapat diukur. Dalam penelitian ini, operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat dari tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1

Variabel Penelitian, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Promosi (X1)	Bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Publisitas	Likert

⁶³ Husein Umar, *op. cit*, hlm. 80

⁶⁴ *Ibid*, hlm.99.

		<p>diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera untuk meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. (Fandy Tjiptono:1997) Definisi secara operasional adalah upaya yang dilakukan LAZ Rumah Zakat untuk menarik masyarakat menjadi donator pada Rumah Zakat Indonesia cab. Semarang.</p>	<p>4. Penjualan Pribadi (Kasmir: 2004)</p>	
2.	Diferensiasi citra(X2)	<p>Diferensiasi menurut Herman Kartajaya dan banyak pakar manajemen pemasaran mendefinisikan sebagai sebuah upaya brand atau perusahaan untuk menciptakan perbedaan</p>	<p>1. Konten 2. Konteks 3. Infrastruktur (Hermawan Kartajaya: 2006)</p>	Likert

		<p>diantara pesaing dalam rangka membentuk value terbaik kepada para pelanggan. Sedangkan Citra adalah persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan yang dipastikan akan memiliki kinerja di atas rata-rata. Jadi Strategi Diferensiasi Citra adalah Strategi yang di gunakan oleh LAZ Rumah Zakat untuk membuat Citra yang baik di masyarakat.</p>		
3.	Minat (Y)	<p>Kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak pada orang. (Abdul Rahman Saleh: 2004). Definisi Minat secara</p>	<p>1. Return 2. Rasa aman 3. Keyakinan (Rahmat Saleh: 2007)</p>	Likert

	operasional adalah Sesuatu yang pribadi yang berhubungan dengan sikap untuk memutuskan menggunakan produk atau tidak.	
--	---	--

3.6 Teknik analisis data

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan.⁶⁵

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan alat analisis berupa regresi berganda.

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

3.6.1.1 Uji Validitas

Data dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen

⁶⁵ Suharsimi Arikunto, *op cit*, hlm. 235

pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti.⁶⁶ Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir kuesioner. Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan critical value pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk moment lebih besar dari critical value, maka instrumen ini dinyatakan valid. Sebaliknya apabila skor item kurang dari critical value, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

3.6.1.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas

⁶⁶ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm 135.

dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.⁶⁷

Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable jika memiliki *Croanbach Alph* lebih besar dari 0,60⁶⁸.

3.6.2 Analisis regresi berganda

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Dimana: Y = Minat muzakki

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien korelasi ganda

x_1 = Promosi

x_2 = Diferensiasi citra

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

⁶⁷ *Ibid*, hlm 135.

⁶⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2005, hlm. 129.

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.⁶⁹

2) *F*-tes, untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan. Rumusan hipotesis statistiknya:

Ho: $P=0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

Ha: $P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

Menurut kriteria p value:

a) Jika $P > 5\%$, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (Ho)

b) Jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (Ho).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

2. Uji Autokorelasi

⁶⁹ *Ibid*, hlm 299.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi.

3. Uji Heterokedasitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians.

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.⁷⁰

⁷⁰ Imam Ghazali, *op.cit*, hlm 105-160.