

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data).<sup>1</sup>

#### B. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejak tanggal 11 November sampai 23 Desember 2016 dan bertempat di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Kantor Pusat Karangcangkring yang terletak di Jl. Raya Pasar Kliwon 01/01 Karangcangkring Dukun Gresik.

#### C. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

---

<sup>1</sup> Puguh Suharso, Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis (Jakarta: Indeks, 2009), 3.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah yang pernah melakukan pembiayaan di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik yang berjumlah 10.381 orang.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>3</sup> dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling. Simple random sampling adalah pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>4</sup> Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah yang pernah melakukan pembiayaan di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik yang diambil secara acak oleh peneliti yang dianggap mewakili jumlah populasi.

Untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin,<sup>5</sup> Karena jumlah respondennya sudah diketahui.

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

<sup>2</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfa Beta, 2012), 80.

<sup>3</sup> Ibid., 81.

<sup>4</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: CV. Alfabeta, 2003), 72.

<sup>5</sup> Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 180.

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Persen Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan, umumnya tingkat kesalahan yang digunakan yaitu 1% tau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,10.

Dalam penelitian ini tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% atau 0,10 dikarenakan keterbatasan waktu penelitian.

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

$$n = \frac{10.381}{1 + 10.381 \cdot 0,10^2}$$

$$n = \frac{10.381}{104,81}$$

$n = 99,04$  Responden (dibulatkan menjadi 100 responden)

#### D. Variabel Penelitian

Menurut Fred N. Kerlinger variabel adalah sesuatu yang dijadikan objek penelitian atau yang diteliti. Dalam konteks ini, suatu variabel merupakan simbol yang diberi angka atau nilai.<sup>6</sup> Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Ibid., 68.

1. Variabel eksogen : variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel eksogen adalah variabel yang nilainya tidak dipengaruhi atau ditentukan oleh variabel lain di dalam model. Setiap variabel eksogen selalu variabel independen. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah syariah marketing (X).
2. Variabel endogen: merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi atau ditentukan oleh variabel lain di dalam model. Variabel endogen dikenal juga dengan istilah variabel dependen. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah ( $Y_1$ ) dan kecenderungan pembiayaan ulang ( $Y_2$ ).<sup>7</sup>

#### E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat objek yang didefinisikan dan dapat diamati.<sup>8</sup>

Definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Syariah Marketing	Seluruh proses, baik penciptaan, penawaran, maupun proses perubahan nilai (value)	a. Teistis (Rabbaniyyah) b. Etis (Akhlaqiyyah)	Skala Likert 5-1 dengan teknik agree-disagree scale

<sup>7</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D..., 39.

<sup>8</sup> Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif..., 115.

	tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip dalam Islam. <sup>9</sup>	c. Realistis (Al-Waqi'iyah) d. Humansitis (Al-Insaniyyah)	
Kepuasan Nasabah	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. <sup>10</sup>	a. Tangibel b. Reliability c. Responsiveness d. Assurance e. Empathy	Skala Likert 5-1 dengan teknik agree-disagree scale
Kecenderungan Pembiayaan ulang	Pembelian ulang merupakan salah satu wujud loyalitas, konsumen yang memiliki loyalitas sepenuhnya akan membeli kembali dan membeli lagi dari perusahaan yang sama. <sup>11</sup>	a. Minat Transaksional b. Minat Referensial c. Minat Preferensial d. Minat Eksploratif	Skala Likert 5-1 dengan teknik agree-disagree scale

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara

<sup>9</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 26.

<sup>10</sup> Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi-I, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), 52.

<sup>11</sup> Basrah Saidani, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 3, No. 1, 2012, 7.

tepat. Validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Dengan demikian permasalahan validitas instrument (angket) akan menunjukkan pada mampu tidaknya instrument (angket) tersebut untuk mengukur objek yang diukur. Apabila instrument tersebut mampu mengukur apa yang diukur, maka disebut valid dan sebaliknya, apabila tidak mampu untuk mengukur apa yang diukur, maka dinyatakan tidak valid.<sup>12</sup>

Teknik korelasi yang digunakan adalah *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{[\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}]}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

X = skor setiap item

Y = skor total

N = jumlah responden

Setelah perhitungan dilakukan (dalam hal ini proses perhitungan di bantu dengan program SPSS) kemudian nilai r yang diperoleh di bandingkan dengan

<sup>12</sup> Gunawan Sudarmanto, Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19, (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2013), 56-57.

nilai  $r$  tabel sesuai dengan basis  $n$  dan taraf signifikan ( $\alpha = 10\%$ ) dalam pengujian validitas, kuisioner di katakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Dalam penelitian ini Untuk menguji reliabilitas instrumen peneliti menggunakan bantuan SPSS 20 dengan metode alpha cronbach. Metode alpha cronbach digunakan untuk menghitung realibilitas suatu tes yang tidak mempunyai plihan “benar” atau “salah” maupun “ya” atau “tidak” melainkan digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku.<sup>13</sup>

Untuk menguji tingkat reliabilitas dalam penelitian ini digunakan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

$$a = \frac{k - \bar{r}}{1 - (k - 1)\bar{r}}$$

Keterangan:

$r$  : Reliabilitas Instrumen

$k$  : Banyaknya pertanyaan

<sup>13</sup> Syofian Siregar, Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 89.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.<sup>14</sup>

## G. Data dan Sumber Data

Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan.<sup>15</sup>

### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan disatukan secara langsung dari obyek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan.<sup>16</sup> Dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner kepada responden.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.<sup>17</sup> Dalam penelitian ini,

---

<sup>14</sup>Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 42.

<sup>15</sup> Gunawan Sudarmanto, Analisis Regresi Linier Ganda SPSS, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 89.

<sup>16</sup> Suparmoko, Metode Penelitian Praktis (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Ekonomi dan Bisnis), (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2007), .67.

<sup>17</sup> Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif..., 132.

berupa penelitian terdahulu, catatan-catatan BMT, artikel, media cetak, dan media elektronik.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.<sup>18</sup>

Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari jawaban responden yang diperoleh melalui metode survey dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden untuk menjawab beberapa daftar pertanyaan secara tertulis.

### b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.<sup>19</sup> Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan data yang bersumber dari KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik. Selain itu, data mengenai teori syariah marketing dan pembiayaan ulang (repurchase) diperoleh dari literatur berupa text book, penelitian terdahul, jurnal, artikel dan lain-lain.

---

<sup>18</sup> Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif..., 103.

<sup>19</sup> Ibid., 102.

## H. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya, di antaranya adalah sebagai berikut.

### 1. Teknik Pertanyaan/Questioner

Pertanyaan formal secara konsisten, terangkai dan tertulis yang ditujukan untuk memperoleh informasi dari responden. Pertanyaan tersebut menggunakan kuesioner.<sup>20</sup> Kuesioner dibagikan kepada nasabah KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik.

### 2. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>21</sup> Dokumentasi dilakukan dengan mencatat data, brosur, dan foto pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik.

## I. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.<sup>22</sup> Data yang diperoleh dari lapangan dianalisis dengan beberapa metode:

<sup>20</sup> Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam..., 150.

<sup>21</sup> Ibid., 152.

<sup>22</sup> Singarimbun, et al, Metode Penelitian Survei, (Jakarta: LP3ES, 1989), 263.

## 1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui gambaran perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Pada penelitian ini akan mendeskripsikan karakteristik responden dan variabel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan nasabah, serta kuantitas kunjungan nasabah pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik dengan cara mentabulasikan secara sederhana dari data yang diperoleh. Analisis deskriptif disajikan dalam bentuk tabel frekuensi.

## 2. Uji Prasyarat Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi residual. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut terdistribusi secara normal. Distribusi normal mengandung arti bahwa data memusat pada nilai rata-rata dan median. Untuk menguji normalitas, dalam penelitian ini penelitian menggunakan cara uji statistik Non-Parametric Kolmogorov-Sminomov (K-S).<sup>23</sup> Apabila nilai K-S tidak signifikan pada (0,05) dengan kata lain residual berdistribusi

---

<sup>23</sup>Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), 91.

normal. Uji normalitas dapat diketahui dengan menggunakan Statistical Package for Social Science (SPSS) dengan mengamati histogram masing-masing variabel dan dengan melihat tingkat kecondongan yang merupakan selisih antara rata-rata dari nilai tengah. Hal ini menunjukkan distribusi data simetri atau tidak.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.<sup>24</sup> Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut. Analisis pada scatterplot yang menyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik tidak mengumpul diatas atau dibawah saja.
- 3) Titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik sebaiknya tidak berpola.

3. Analisis Data

a. Analisis Jalur (Path Analysis)

---

<sup>24</sup> Dwi Priyatno, Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) untuk Analisis Data & Uji Statistik, (Yogyakarta: Mediakom, 2009), 41-42.

Secara umum tahapan analisis jalur dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

#### 1) Model Analisis Jalur

Analisis jalur (Path Analysis) adalah alat analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis pola hubungan kausal antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung, baik secara serempak maupun sendiri-sendiri beberapa variabel penyebab terhadap sebuah variabel akibat.<sup>25</sup>

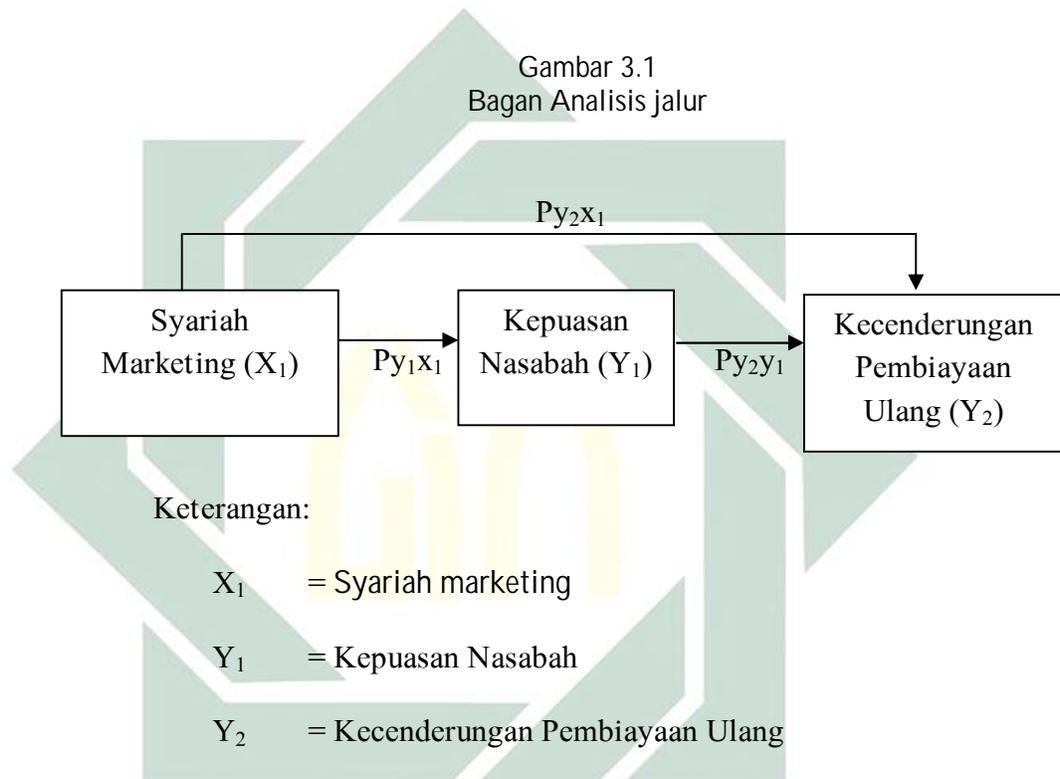
Pada saat melakukan analisis jalur (Path Analysis) terlebih dahulu dilakukan pembentukan jalur yang dapat dilihat dari akar kuadrat yang terbentuk dari nilai Koefisien Determinasi (R-Square). Setelah tahapan tersebut dilakukan masing-masing variabel yang dibentuk ke dalam analisis jalur harus memiliki pengaruh langsung yang signifikan dengan variabel endogen. Jika salah satu variabel yang diuji tidak memenuhi syarat maka variabel tersebut dieliminasi dari pengujian analisis jalur.

Pada penelitian ini analisis jalur (Path Analysis) digunakan yaitu untuk menganalisis pengaruh syariah marketing melalui kepuasan nasabah terhadap kecenderungan pembiayaan ulang pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik.

---

<sup>25</sup> Sambas Ali Muhibdin dan Maman Abdurahman, *Analisa Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian (Dilengkapi Aplikasi Program SPSS)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), 54.

Model penelitian yang dapat dijadikan pedoman analisis jalur adalah:



$Py_{1x_1}$  = koefisien jalur syariah marketing ( $X_1$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y_1$ ), menggambarkan besarnya pengaruh langsung syariah marketing terhadap kepuasan nasabah.

$Py_{2x_1}$  = koefisien jalur variabel syariah marketing ( $X_1$ ) terhadap kecenderungan pembiayaan ulang ( $Y_2$ ), menggambarkan besarnya pengaruh langsung dari syariah marketing terhadap kecenderungan pembiayaan ulang.

$P_{y_2y_1}$  = koefisien jalur variabel kepuasan nasabah ( $Y_1$ ) terhadap kecenderungan pembiayaan ulang ( $Y_2$ ), menggambarkan besarnya pengaruh langsung dari kepuasan nasabah terhadap kecenderungan pembiayaan ulang.

## 2) Menentukan Koefisien Jalur

Menentukan koefisien jalur, yaitu besarnya pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen dengan menghitung koefisien jalur, dengan rumus:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

selanjutnya ditentukan besarnya pengaruh variabel lain terhadap variabel dependen dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{ye} = 1 - R^2_{Y_{x_1x_2}}$$

Dimana :

$R^2_{Y_{x_1x_2}}$  = koefisien yang menyatakan determinasi total dari semua variabel eksogen terhadap variabel endogen.

## 3) Uji Hipotesis

Selanjutnya dilakukan pengujian signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan kaedah uji F dan uji t, dimana penerapan uji F digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, sedangkan uji t penerapannya digunakan untuk



