

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan

1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan data penelitian yang membahas data berupa angka-angka dan analisis statistik.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Dalam pengertian lain, analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis yang bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika (misalnya fungsi multivariat), model statistik, dan ekonometrik. Hasil analisis

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 8

disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.²

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan musyarakah melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening pada Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung yang datanya dikumpulkan dengan instrument penelitian berupa angka-angka skor pada kuesioner.

2. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel.³ Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.⁴ Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel eksogen yaitu bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik terhadap keputusan anggota sebagai

² Misbahudin & Iqbal Hasan, *Analisi Data Penelitian dengan Statistik*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal. 33

³ Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan.*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hal. 16

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 11

variabel endogen melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan nilai yang mungkin, hasil pengukuran ataupun perhitungan, kualitatif ataupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.⁵ Populasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁶ Dalam penelitian ini populasi yang ditetapkan peneliti adalah anggota pembiayaan musyarakah pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung tahun 2018.

2. Sampling Penelitian

Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar

⁵ Sutrisno Badri, *Metode Statistika Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta: Ombak Anggota IKAPI, 2012), hal.56

⁶ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal.144

mewakili populasi.⁷ Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan probability sampling dengan teknik sampling random sederhana (*simple random sampling*).

Simple random sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel.⁸ Pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁹ Peneliti memilih teknik *Simple random sampling* karena dilatarbelakangi populasi yang bersifat homogen, dan yang akan dijadikan sampelnya sudah jelas selain itu peneliti juga memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri.

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili dan harus valid,

⁷ Asep Saepul Hamdi dan E. Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2014), hal. 152

⁸ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik.....*, hal. 57

⁹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian....*, hal. 69

yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.¹⁰ Sampel juga dapat diartikan sebagai bagian dari sebuah populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut.¹¹

Dalam penelitian ini saya mengambil sampel dari populasi anggota pembiayaan musyarakah pada Koperasi Syariah Baitul Tanwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung tahun 2018, yang mana populasi anggotanya sebanyak 355 orang. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus dari Slovin, dengan pertimbangan bahwa populasi relatif homogen atau seragam, sehingga tidak terlalu diperlukan untuk distratifikasi. Selain itu, penggunaan rumus ini akan menghasilkan jumlah sampel yang relatif besar dibandingkan dengan beberapa rumus yang lainnya, sehingga karakteristik dari populasi akan lebih mewaikili. Rumus lengkapnya sebagai berikut :

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

Dimana:

N = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Prosentasi Kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.¹²

¹⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 65

¹¹ Sutrisno Badri, *Metode Statistika Penelitian Kuantitatif...*, hal. 56

Dalam penelitian ini, jumlah sampel anggota pembiayaan musyarakah tahun 2018 pada Koperasi Syariah Baitul Tanwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung dari rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{355}{1+355 (0,1)^2} \\
 &= \frac{355}{1 + 355 (0,01)^2} \\
 &= \frac{355}{1+355} \\
 &= \frac{355}{4,55} \\
 &= 78,02 \text{ di bulatkan menjadi } 79
 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, presentase yang digunakan sebesar 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah perhitungan dari jumlah populasi sebanyak 355 anggota maka sampel dalam penelitian ini berjumlah (n) 78,02 namun karena subjeknya bukanlah bilangan pecahan maka dibulatkan menjadi 79 responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah, sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif, yang menunjukkan fakta. Data juga merupakan kumpulan

¹² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian ...*, hal.66

fakta, angka, atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik suatu kesimpulan.¹³ Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh.¹⁴ Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti menggunakan data primer dan data sekunder sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru.¹⁵ Dalam penelitian ini data yang diperoleh secara langsung dengan memberikan kuisioner atau daftar pertanyaan kepada anggota pembiayaan musyarakah Koperasi Syariah Baitul Tanwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat tahun 2018

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya didapat dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.¹⁶ Dalam penelitian ini data yang diperoleh berupa sejarah dari lembaga, visi dan misi, struktur

¹³ *Ibid.*, hal. 37

¹⁴ *Ibid.*, hal.45

¹⁵ Misbahuddin & Ibal Hasan, *Analisis Data...*, hal. 21

¹⁶ *Ibid.*, hal. 21-22

organisasi dari Koperasi Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung, serta buku-buku, literatur, dan jurnal.

2. Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁷ Maka variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas / *Eksogen Variable* (X)

Variabel bebas atau *eksogen variabel* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁸ Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Bauran Pemasaran (Variabel X) yang terdiri dari Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan Bukti Fisik.

b. Variabel Terikat / *Endogen Variable* (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁹ Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan anggota produk

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 38

¹⁸ *Ibid.*, hal. 39

¹⁹ *Ibid.*, hal. 40

pembiayaan musyarakah pada Koperasi Syariah Baitul Tanwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat.

c. Variabel Mediasi (*Intervening*)

Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.²⁰ Penelitian ini memiliki variabel *intervening* yaitu kepuasan anggota (Z).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.

Dalam penelitian ini skala pengukurannya menggunakan likert yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena

²⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 41

sosial.²¹ Untuk mengetahui pendapat dan persepsi dari responden pada penelitian di Koperasi Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung terkait pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan musyarakah melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening, peneliti menggunakan metode skala Likert dengan tingkatan sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Jawaban Setuju (S) diberi skor 4
- c. Jawaban Netral (N) diberi skor 3
- d. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Metode Kuesioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan

²¹ Sugiono, *Metode Penelitian....*, hal. 92-93

dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.²² Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah anggota pembiayaan musyarakah Koperasi Syariah Baitul Tanwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat tahun 2018.

b. Metode Interview (Wawancara)

Wawancara merupakan pengumpulan informasi dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang berkompeten di tempat penelitian tersebut dilakukan. Hal ini dilakukan guna untuk mencegah kekeliruan dalam memperoleh data dan informasi yang diperlukamn dalam penelitian²³. Dalam wawancara, peneliti mewawancarai dari pegawai Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung bagian Akuntansi mengenai jumlah pembiayaan musyarakah pada tahun 2018, serta struktur organisasi, visi misi dan sejarah pada lembaga.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.²⁴ Jumlah instrumen penelitian ini tergantung pada jumlah variabel peneliti yang telah

²² Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik...*, hal. 44

²³ Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 124

²⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian...*, hal. 102

ditetapkan oleh peneliti. Selanjutnya, dari variabel-variabel tersebut ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner/angket yang menggunakan likert 5 opsi jawaban. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.²⁵ Untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan kuesioner, maka peneliti terlebih dahulu merumuskan kisi-kisi instrument penelitian sebagai berikut:

²⁵ *Ibid.*, hal. 93.

Tabel 3.1

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Produk ²⁶	Kualitas produk dapat dilihat dari kebaruan produk, keunggulan, manfaat produk yang ditawarkan, kekuatan nama atau merk, mutu layanan yang menyertai produk dan lain-lain	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan pembiayaan musyarakah menguntungkan karena bisa memilih jangka waktu angsuran sesuai kemampuan anggota b. Pembiayaan musyarakah mempunyai keunggulan kompetitif karena pengenaan bagi hasil yang rendah c. Pembiayaan musyarakah dapat membantu meningkatkan usaha dan kesejahteraan saya d. Pada pembiayaan musyarakah memiliki keunggulan seperti, sebelum jatuh tempo anggota bisa memperpanjang pembiayaan
2.	Harga ²⁷	<ul style="list-style-type: none"> a. Bunga b. Bagi hasil c. Biaya kompetitif 	<ul style="list-style-type: none"> a. Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung tidak menggunakan bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil b. Besaran bagi hasil pembiayaan musyarakah yang diberikan oleh Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung sangat meringankan dan adil menurut anggota c. Besaran bagi hasil ditetapkan secara negosiasi dengan anggota d. Biaya administrasi pada pembiayaan musyarakah di Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung relatif rendah dan dapat dijangkau oleh anggota
3.	Tempat ²⁸	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi strategis yang mudah diakses dengan kendaraan umum b. Dekat dengan pasar 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung mudah dijangkau dengan transportasi umum b. Lokasi Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung

²⁶ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 28

²⁷ *Ibid.*, hal. 39

²⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hal. 240-241

		<ul style="list-style-type: none"> c. Dekat dengan kawasan industry atau pabrik d. Dekat dengan perumahan atau masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> berdekatan dengan pasar c. Lokasi Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung berdekatan dengan pabrik batu marmer d. Lokasi Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung berdekatan dengan pemukiman masyarakat
4.	Promosi ²⁹	<ul style="list-style-type: none"> a. Periklanan b. Promosi penjualan c. Hubungan masyarakat d. Penjualan personal 	<ul style="list-style-type: none"> a. Promosi yang dilakukan Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung berupa penyebaran brosur b. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung dengan memberikan potongan biaya administrasi kepada anggota c. Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung memiliki kemampuan untuk menciptakan hubungan yang baik kepada anggota d. Karyawan Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung melakukan promosi dengan pendekatan secara personal kepada anggota
5.	Orang ³⁰	<ul style="list-style-type: none"> a. Penampilan karyawan b. Keramahan karyawan c. Kecekatan pelayanan d. Kepedulian karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Penampilan dan cara berpakaian karyawan Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung sangat menarik dan rapi b. Karyawan Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung melayani dengan ramah dan murah senyum c. Karyawan Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung melayani dengan cekatan d. Karyawan Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung menanggapi dengan senang komentar dan keluhan dari anggota.

²⁹ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 188-191

³⁰ Norman Rachman, et, all., “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Pengambilan Keputusan dan Kepuasan Debitur Pada PT.Permodalan Ekonomi Rakyat Provinsi Riau”, *Jurnal Ekonomi*, Vol.22, No.3, (Riau: September 2014), hal. 65

6.	Proses ³¹	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelayanan menjadi debitur baru b. Prosedur angsuran c. Prosedur penanganan keluhan debitur d. Proses pencairan dana yang lama 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelayanan yang sangat memuaskan dan mudah menjadi anggota baru di Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung b. Prosedur yang mudah dan tidak mempersulit anggota dalam membayar angsuran di Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung c. Karyawan Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung menangani keluhan dari anggota dengan sabar dan penuh perhatian. d. Pencairan dana pembiayaan pada Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung lama
7.	Bukti Fisik ³²	<ul style="list-style-type: none"> a. Ruang <i>front liner</i> yang rapi dan bersih b. Brosur tertata rapi c. Sarana dan prasarana yang ada 	<ul style="list-style-type: none"> a. Ruang yang tertata rapi, bersih dan nyaman b. Brosur yang ada di meja tertata dengan rapi c. Sarana dan prasana termasuk kamar mandi di Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung sudah memadai d. Sarana ruang tunggu pada Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung sudah memadai
8.	Keputusan Pembelian ³³	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku setelah pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya menggunakan pembiayaan musyarakah di Kopsyah BTM Surya dana Campurdarat Tulungagung karena menyadari adanya kebutuhan b. Saya menggunakan pembiayaan musyarakah di Kopsyah BTM Surya dana Campurdarat Tulungagung karena banyaknya informasi yang saya dapat dengan secara lengkap c. Saya memilih pembiayaan musyarakah di Kopsyah BTM Surya dana Campurdarat Tulungagung setelah melihat beberapa alternatif pilihan pembiayaan yang lain d. Saya memutuskan melakukan pembiayaan musyarakah di Kopsyah BTM Surya dana Campurdarat Tulungagung untuk memenuhi

³¹ *Ibid.*, hal. 65.

³² Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 214

³³ Kasmir, *Manajemen Perbankan.....*, hal. 214

			kebutuhan e. Saya merasa puas dan senang menggunakan pembiayaan musyarakah di Kopsyah BTM Surya dana Campurdarat Tulungagung
9.	Kepuasan pelanggan ³⁴	a. Kualitas produk b. Kualitas pelayanan atau jasa c. Harga d. Biaya	A. Produk pembiayaan musyarakah pada Kopsyah BTM Surya dana Campurdarat Tulungagung sudah sesuai kebutuhan B. Pelayanan di Kopsyah BTM Surya dana Campurdarat Tulungagung sudah sangat memuaskan C. Bagi hasil pada pembiayaan musyarakah di Kopsyah BTM Surya dana Campurdarat Tulungagung dirasa adil dan relatif rendah bagi anggota D. Biaya administrasi yang meringankan bagi anggota pembiayaan musyarakah pada Kopsyah BTM Surya dana Campurdarat Tulungagung

³⁴ La Ode Alamana, et, all., *Tata Kelola...*, hal. 30

E. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa hasil penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Menurut Lexy J. Meleong yang dikutip oleh Misbahhudin dan Ibal Hasan, analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja, seperti yang disarankan oleh data. Analisa data bertujuan diantaranya memecahkan masalah-masalah penelitian, memperlihatkan hubungan antara fenomena yang terdapat dalam penelitian.³⁵

Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran analisa statistik sebagai berikut:

1. Analisis Instrumen Penelitian

Langkah awal yang akan dilakukan sebelum memulai analisis data adalah melakukan analisis instrument penelitian atau alat penelitian. Adapun langkah-langkah yang akan ditempuh dalam melakukan analisis adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.³⁶ Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau alat yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Selanjutnya validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrument (bisa

³⁵ Misbahuddin & Ibal Hasan, *Analisis Data...*, hal. 32-33

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal. 52

pertanyaan maupun pernyataan) benar-benar mampu mengungkapkan faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor.³⁷

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan r_{tabel} . Jika r hitung lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Dapat juga membandingkan nilai signifikan dua arah (sig 2-*Tailed*). Jika signifikan dua arah (sig 2-*Tailed*) $< 0,05$ maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, tetapi jika signifikansi dua arah (sig 2-*Tailed*) $> 0,05$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.³⁸

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.³⁹ Uji reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* $>$ dari 0,60. Interpretasinya sebagai berikut:

- a. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel

³⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0*. (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal.

³⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis...*, hal. 52

³⁹ *Ibid.*, hal. 49.

- b. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai alpha cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabel
- e. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat reliabel.⁴⁰

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistic parametrik. Pendeteksian normalitas data menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots*

Ketentuan untuk statistik uji normalitas dengan melihat hasil dari output SPSS *Komogorov Smirnov* (K-S) yaitu, jika probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant (α)* maka data berdistribusi normal. Jika nilai *Sig.* atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi adalah normal (simetris).⁴¹ Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software SPSS 16.0 dengan perumusan sebagai berikut:

H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, diterima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.⁴²

⁴⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal. 97

⁴¹ *Ibid.*, hal. 77-78

⁴² Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hal. 36-37

Sedangkan ketentuan untuk uji normalitas secara grafik *P-P Plots*, yaitu dengan melihat output SPSS grafik *P-P Plots*. Untuk mendeteksi normal atau tidak pada pengujian grafik dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Apabila data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal menunjukkan data tidak berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Uji linieritas dilihat dari nilai Sig. *Linearity*. Jika nilai Sig < 0,05 maka model regresi adalah linier dan jika nilai Sig. > 0,05 maka model regresi tidak linier.

F. Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan SPSS. Analisis jalur merupakan teknik analisis statistic yang merupakan pengembangan dari analisa regresi berganda.⁴³

$$Z (\text{Kepuasan Anggota}) = \beta \text{ Produk} + \beta \text{ Harga} + \beta \text{ tempat} + \beta \text{ promosi} + \beta \text{ Orang} + \beta \text{ Proses} + \beta \text{ Bukti Fisik} + e1 \text{ (Persamaan structural 1)}$$

⁴³ Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmia*. (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 265

$$Y \text{ (Keputusan Anggota)} = \beta \text{ Produk} + \beta \text{ Harga} + \beta \text{ tempat} + \beta \text{ promosi} + \beta \text{ Orang} + \beta \text{ Proses} + \beta \text{ Bukti Fisik} + \beta \text{ Kepuasan Anggota} + e1$$

(Persamaan Struktur 2)

Dimana:

Variabel bebas : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, proses, dan Bukti Fisik

Variabel terikat : Keputusan Anggota

Variabel intervening : Kepuasan Anggota

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Model regresi linier berganda dapat disebut model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi, dan terbebas dari asumsi klasik statistik, baik itu multikolonieritas heteroskedastisitas serta autokorelasi.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadikorelasi di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati).⁴⁴

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas

⁴⁴ Romie Priyastama, *Buku Sakti Kuasai SPS.*, (Yogyakarta: Start UP, 2017), hal. 122

dari multikolinieritas. VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit pada koefisien estimasi, akibatnya dapat menurunkan nilai t .⁴⁵

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari suatu residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.⁴⁶ Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot*, dan analisis statistik. Berikut ketentuan pola gambar *scatterplot* yang dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas:

- a) Penyebaran titik- titik data sebaiknya tidak berpola.
- b) Titik- titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekar angka 0.
- c) Titik- titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.⁴⁷

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel gangguan sehingga penaksir tidak lagi efisien baik dalam model sampel kecil

⁴⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal. 79

⁴⁶ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat...*, hal. 125

⁴⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik.....*, hal. 79

maupun dalam sampel besar. Untuk menguji mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:⁴⁸

- 1) $1,65 < DW < 2,35$ maka tidak ada autokorelasi
- 2) $1,21 < DW < 1,65$ atau $2,35 < DW < 2,79$ maka tidak dapat disimpulkan
- 3) $DW < 1,21$ atau $DW > 2,79$ maka terjadi autokorelasi.

2. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁴⁹ Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen (dengan kata lain semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen).

Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel terikat. Angka dari R square didapat dari pengolahan data melalui program SPSS yang bisa dilihat pada tabel model *summary* kolom R *square*.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

⁴⁸ *Ibid.*, hal. 79

⁴⁹ Suharso P, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktik*. (Jakarta: Indeks, 2009), hal. 135

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah semua variabel eksogen dan variabel intervening mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel endogen, uji f dilakukan dengan syarat apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, sehingga variabel eksogen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen sedangkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak sehingga variabel eksogen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen

c. Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen secara signifikan, uji t dilakukan dengan syarat apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima yaitu variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen sedangkan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang berarti variabel eksogen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen, uji t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian:

- 1) Terdapat pengaruh secara langsung Produk terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung
- 2) Terdapat pengaruh secara langsung Harga Terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung

- 3) Terdapat pengaruh secara langsung Tempat terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung
- 4) Terdapat pengaruh secara langsung Promosi terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung
- 5) Terdapat pengaruh secara langsung Orang terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung
- 6) Terdapat pengaruh secara langsung Proses terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung
- 7) Terdapat pengaruh secara langsung Bukti Fisik terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Dana Campurdarat Tulungagung
- 8) Terdapat pengaruh secara langsung produk terhadap keputusan anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung
- 9) Terdapat pengaruh secara langsung harga terhadap keputusan anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung.

- 10) Terdapat pengaruh secara langsung tempat terhadap keputusan anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung.
- 11) Terdapat pengaruh secara langsung promosi terhadap keputusan anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung.
- 12) Terdapat pengaruh secara langsung orang terhadap keputusan anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung.
- 13) Terdapat pengaruh secara langsung proses terhadap keputusan anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung.
- 14) Terdapat pengaruh secara langsung bukti fisik terhadap keputusan anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung.
- 15) Terdapat pengaruh secara langsung kepuasan anggota terhadap keputusan anggota pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung.

3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Menurut Ghazali, analisis jalur merupakan perluasan analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah

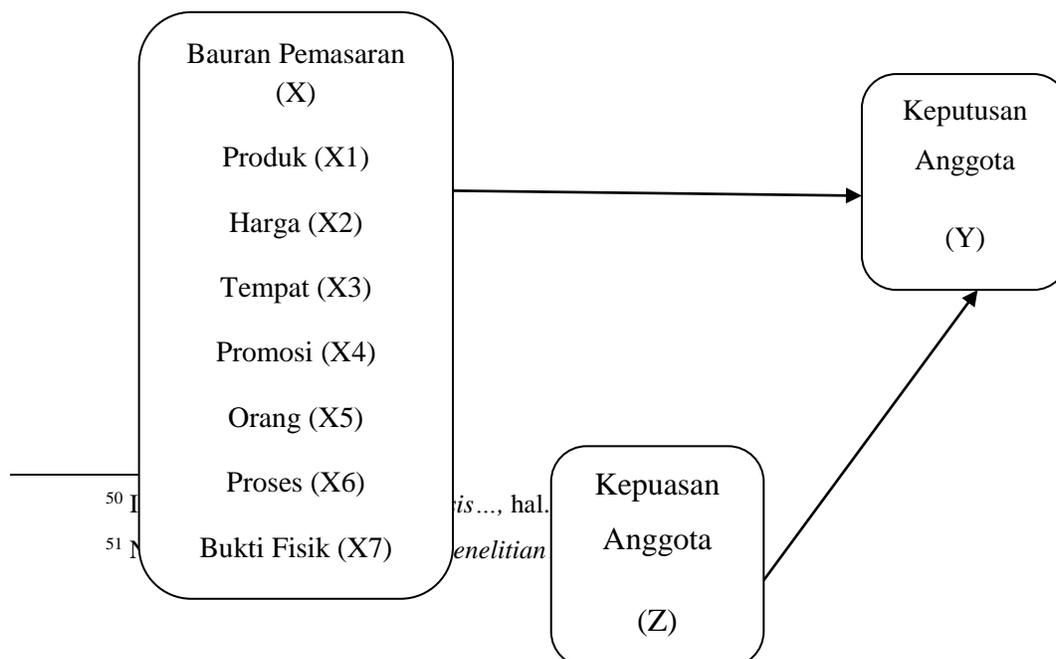
ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.⁵⁰ Sedangkan menurut Noor, analisis jalur adalah keterkaitan hubungan atau pengaruh antara variabel bebas, variabel intervening dan variabel terikat dimana peneliti mendefinisikan secara jelas bahwa suatu variabel akan menjadi penyebab variabel lainnya yang bisa disajikan dalam bentuk diagram.⁵¹ Teknik analisis jalur menggambarkan keterkaitan regresi berganda dengan variabel yang hendak diukur.

TAHAP I

Menentukan diagram jalurnya berdasarkan paradig hubungan variabel sebagai berikut:

Gambar 3.1

Diagram Jalur Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening





Sumber: Data primer penelitian yang diolah, 2019

TAHAP II

Menentukan persamaan structural sebagai berikut:

$$Z (\text{Kepuasan Anggota}) = \beta \text{ Produk} + \beta \text{ Harga} + \beta \text{ tempat} + \beta \text{ promosi} + \beta \text{ Orang} \\ + \beta \text{ Proses} + \beta \text{ Bukti Fisik} + e1 \text{ (Persamaan struktural I)}$$

$$Y (\text{Keputusan Anggota}) = \beta \text{ Produk} + \beta \text{ Harga} + \beta \text{ tempat} + \beta \text{ promosi} + \beta \text{ Orang} \\ + \beta \text{ Proses} + \beta \text{ Bukti Fisik} + \beta \text{ Kepuasan Anggota} + e1 \text{ (Persamaan Struktur II)}$$

TAHAP III

Menganalisis dengan menggunakan SPSS, seperti langkah-langkah berikut ini, analisis ini terdiri dari dua langkah, yaitu analisis untuk substruktural 1 dan substruktural 2.

a. Analisis Substruktural I

$$Z (\text{Kepuasan Anggota}) = \beta \text{ Produk} + \beta \text{ Harga} + \beta \text{ tempat} + \beta \text{ promosi} + \beta \text{ Orang} \\ + \beta \text{ Proses} + \beta \text{ Bukti Fisik} + e1$$

Tahap Menghitung Persamaan Regresi

Implementasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dan menentukan persamaan structural berdasarkan diagram jalur yang sudah ditentukan.

Analisis Regresi

Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua. Pertama mengetahui pengaruh secara parsial dan yang kedua mengetahui secara simultan.

1) Mengetahui Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik secara Simultan terhadap Kepuasan Anggota

Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik) terhadap kepuasan anggota secara simultan adalah hasil perhitungan dari model summary, khususnya angka R square yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan anggota dengan cara menghitung koefisien determinasi menggunakan rumus:

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

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan angka F. Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a) Membandingkan besarnya angka F hitung dengan F tabel.

Jika F hitung < F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika F hitung > F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- b) Membandingkan angka taraf signifikansi (Sig.) dengan signifikansi (Sig.) dengan signifikansi 0,05

Jika sig. penelitian < 0,05 maka H_0 dan H_a diterima.

Jika sig. penelitian > 0,05 maka H_0 dan H_a ditolak.

2) Mengetahui Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik secara Parsial terhadap Kepuasan Anggota

Untuk mengetahui besarnya pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik) terhadap kepuasan anggota dengan menggunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient*. Langkah-langkah analisis dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Menentukan hipotesis
- b) Mengetahui besarnya angka t hitung
- c) Menghitung besarnya t tabel dengan ketentuan taraf signifikan 0,05 dan $dk = (n-2)$
- d) Menentukan kriteria uji hipotesis
- e) Membandingkan angka taraf signifikan (sig). dengan signifikansi 0,05 kriteria sebagai berikut:
 Jika sig. penelitian $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima
 Jika sig. penelitian $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak
- f) Membuat keputusan.

b. Analisis Substruktural II

$$Y (\text{Keputusan Anggota}) = \beta \text{ Produk} + \beta \text{ Harga} + \beta \text{ tempat} + \beta \text{ promosi} + \beta \text{ Orang} + \beta \text{ Proses} + \beta \text{ Bukti Fisik} + \beta \text{ Kepuasan Anggota} + e_1$$

Tahap Menghitung Persamaan Regresi

Implementasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dan menentukan persamaan berdasarkan diagram jalur yang ditentukan.

Analisis Regresi

Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua. Pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan yang kedua mengetahui pengaruh secara parsial.

1) Mengetahui Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik, dan Kepuasan Anggota secara Simultan terhadap Keputusan Anggota

Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik) dan kepuasan anggota terhadap keputusan anggota secara simultan adalah hasil perhitungan dari model summary, khususnya angka R square yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh bauran pemasaran dan kepuasan anggota terhadap keputusan anggota dengan cara menghitung koefisien determinasi menggunakan rumus:

$$\mathbf{KD = R^2 \times 100\%}$$

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan angka F. Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a) Membandingkan besarnya angka F hitung dengan F tabel.

Jika F hitung < F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika F hitung > F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- b) Membandingkan angka taraf signifikansi (Sig.) dengan signifikansi (Sig.) dengan signifikansi 0,05.

Jika sig. penelitian $< 0,05$ maka H_0 dan H_a diterima.

Jika sig. penelitian $> 0,05$ maka H_0 dan H_a ditolak.

2) Mengetahui Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik dan Kepuasan Anggota secara Parsial terhadap Keputusan Anggota

Untuk mengetahui besarnya pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik) dan kepuasan anggota terhadap keputusan anggota dengan menggunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient*. Langkah-langkah analisis dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Menentukan hipotesis
- b) Mengetahui besarnya angka t hitung
- c) Menghitung besarnya t tabel dengan ketentuan taraf signifikan 0,05 dan $dk = (n-2)$
- d) Menentukan kriteria uji hipotesis
- e) Membandingkan angka tarafnifikan (sig). dengan signifikansi0,05 kriteria sebagai berikut:

Jika sig. penelitian $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima

Jika sig. penelitian $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak
- f) Membuat keputusan.

4. Prosedur Analisis Variabel Mediasi Intervening (Versi Baron Dan Kenny)

Analisis variabel melalui versi Baron dan Kenny⁵² yang lebih dikenal dengan *strategy causal step*, memiliki tiga persamaan regresi yang harus diestimasi, yaitu:

- a. Persamaan regresi sederhana variabel mediator (Z) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel mediator, jadi koefisien $a \neq 0$
- b. Persamaan regresi sederhana variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen harus signifikan mempengaruhi variabel dependen, jadi koefisien $c \neq 0$
- c. Persamaan regresi berganda variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) dan mediator (Z) yang diharapkan variabel mediator signifikan mempengaruhi variabel dependen. Jadi koefisien $b \neq 0$. Mediasi terjadi jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lebih rendah pada persamaan ketiga (c') dibandingkan pada persamaan kedua (c).

Sebenarnya koefisien a dan b yang signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya mediasi, meskipun c tidak signifikan. Sehingga tahap esensial dalam pengujian emosional adalah step 1 dan step 3. Jadi variabel independen mempengaruhi mediator dan mediator mempengaruhi dependen meskipun independen tidak mempengaruhi dependen. Bila step 1 dan step 3 terpenuhi dan koefisien c tidak signifikan ($c = 0$) maka terjadi *perfect* atau

⁵² Reuben M. Baron and David A. Kenny, "The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic and Statistical Consideration", *Journal of Personality and Social Psychologi*, Vol. 51, No.6, 1173-1182. (American Pshcological Association, Inc. 1996)

complete atau *full mediation*. Bila koefisien c' berkurang namun tetap signifikan ($c' \neq 0$) maka dinyatakan terjadi *partial mediation*.⁵³

Ada tiga model analisis yang melibatkan variabel mediator, yaitu sebagai berikut:

- a. *Perfect* atau *Complete* atau *Full Mediation*, artinya variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel dependen tanpa melalui variabel mediator.
- b. *Partial Mediation*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel mediator
- c. *Unmediated*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediator.

Baron dan Kenny⁵⁴ menjelaskan prosedur analisis variabel mediator secara sederhana melalui analisis regresi. Ada empat langkah untuk melakukan analisis regresi:

- a. X memprediksi Y

Analisis regresi ini akan menghasilkan nilai estimator predictor (di SPSS simbolnya B). Dinamakan nilai dengan rumus jalur c. jalur ini nilainya diharapkan juga signifikan ($\text{Sig.} < \alpha = 0,005$).

- b. X memprediksi Z

⁵³ Preacher, K. J., Rucker, D. D and Hayes, A.F, “*Addressing Moderated Mediation Hypothesis: Theory Methods and Prescriptions, Multivariate Behavioral Research*”, 42 (1), 185-227, (Lawrence Associates, Inc. 2007)

⁵⁴ Reuben M. Baron and David A. Kenny, “*The Moderator.....*”

Analisis regresi ini akan menghasilkan nilai estimator predictor (di SPSS simbolnya B). Dinamakan nilai dengan rumus jalur a. jalur ini nilainya diharapkan juga signifikan (Sig. $< \alpha = 0,005$).

c. Z memprediksi Y

Selanjutnya menganalisis efek Z dan X terhadap Y. masukkan X dan Z sebagai predictor terhadap Y. Analisis regresi ini akan menghasilkan dua nilai estimasi predictor dari Z dan X. Prediksi nilai Z terhadap Y, dinamakan jalur b, sedangkan prediksi nilai X terhadap Y dinamakan jalur c'. jalur b nilainya diharapkan signifikan, sedangkan jalur c' nilainya diharapkan tidak signifikan. Jadi empat tahapan prosedurnya analisisnya, yaitu:

- a. Mengestimasi jalur c: meregres Y dengan X sebagai prediktor.
- b. Mengestimasi jalur a: meregres Z dengan X sebagai prediktor.
- c. Mengestimasi jalur b: meregres Y dengan Z sebagai prediktor.
- d. Mengestimasi jalur c': meregres Y dengan X dan Z sebagai prediktor.

Intinya menurut Baron dan Kenny⁵⁵ sebuah variabel dapat dikatakan menjadi mediator jika hasilnya:

- a. Jalur c : signifikan
- b. Jalur a : signifikan
- c. Jalur b : signifikan
- d. Jalur c' : signifikan

5. Perhitungan Pengaruh

1) Pengaruh Langsung (*Direct Effect* atau DE)

⁵⁵ *Ibid.*,

- a) Pengaruh variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap variabel kepuasan anggota ($X \rightarrow Z$).
 - b) Pengaruh variabel kepuasan anggota terhadap variabel keputusan anggota ($Z \rightarrow Y$).
 - c) Pengaruh variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap variabel keputusan anggota ($X \rightarrow Y$).
- 2) Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect* atau IE)
- Pengaruh variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap variabel kepuasan anggota melalui keputusan anggota ($X \rightarrow Z \rightarrow Y$).
- 3) Pengaruh Total (*Total Effect*)
- Pengaruh variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap variabel kepuasan anggota melalui keputusan anggota ($X \rightarrow Z \rightarrow Y$).