

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

1. Pendekatan penelitian

Agar peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai langkah-langkah yang harus diambil dan ditempuh serta gambaran mengenai masalah-masalah yang dihadapi serta cara mengatasi permasalahan tersebut haruslah dengan menggunakan pola penelitian yang tepat.

Dalam pendekatan penelitian ini, metode yang akan digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Yaitu dengan menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka.⁵⁶

Subyek dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah menabung. Kemudian untuk penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis yang mengemukakan hipotesis dugaan sementara dari permasalahan yang akan dibahas.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif (hubungan atau pengaruh). Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk

⁵⁶ Isjianto, *Aplikasi Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT. Grafindo, 2006), hlm 93

mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁷ Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah hubungan klausal, yaitu hubungan sebab akibat yang ditimbulkan variabel bebas yaitu antara *marketing mix* (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2), terhadap variabel terikat keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung (Y).

B. Populasi, sampling dan sampel penelitian

1. Populasi

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.⁵⁸ Adapun populasi dari penelitian ini adalah anggota tabungan di BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung sejumlah 3095 anggota.

2. Sampling

Dalam penelitian ini teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling* yang merupakan teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa

⁵⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), hlm 11.

⁵⁸*Ibid*, hlm 80

mempertahankan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.⁵⁹

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil dari jumlah populasi yang diteliti. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, rumus yang digunakan adalah rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih di tolerir.⁶⁰

Dalam penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga dengan mengikuti perhitungan tersebut dapat diketahui hasilnya sebagai berikut:

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

$$n = \frac{3.095}{1+3.095 (10\%^2)}$$

$$n = \frac{3.095}{30,96}$$

$$n = 99,97$$

⁵⁹ *Ibid*, 82

⁶⁰ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Bisnis*. (Jakarta: Indeks, 2009) hlm 61

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi 3.095 anggota, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 100 anggota dan hanya di ambil 31 karena yang lain sudah normal.

C. Sumber data, variabel dan skala pengukurannya

1. Sumber data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/*scoring*. Data kuantitatif dibedakan menjadi dua, yaitu data diskrit dan data kontinum. Data diskrit sering disebut sebagai data nominal, yang merupakan data kuantitatif yang satu sama lain terpisah, tidak ada dalam satu garis kontinum. Sedangkan data kontinum adalah data kuantitatif yang satu sama lain berkesinambungan dalam satu garis.

Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan atau kuisisioner kepada responden terpilih. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung, untuk memperoleh data sekundernya yang akan digunakan dalam penelitian meliputi gambaran umum perusahaan/profil perusahaan (sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi, serta

kegiatan perusahaan). Data ini didapat dari website dan juga dengan metode wawancara. Yang dimaksud dengan wawancara yaitu teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak di instansi tersebut.

2. Variabel

- 1) Variabel independen, variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Menurut kamus bahasa indonesia, variabel independen biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Puguh Suharso juga menyebutkan *independent variabel* atau variabel bebas (X) atau variabel prediktor, merupakan variabel yang dapat mempengaruhi hubungan yang positif atau negatif. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini terdiri dari:
 - a) *Marketing mix* (X1)
 - b) Kualitas pelayanan (X2)
- 2) Variabel dependen, atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah menabung.

3. Skala pengukuran

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin.⁶¹ “skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.⁶² Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu :

- 1) SS : Sangat Setuju, memiliki nilai 5
- 2) S : Setuju, memiliki nilai 4
- 3) R : Ragu-ragu, memiliki nilai 3
- 4) TS : Tidak Setuju, memiliki nilai 2
- 5) STS : Sangat Tidak Setuju, memiliki nilai 1

D. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Salah satu hal yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas pengumpulan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara.⁶³ Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan:

- a. Kuesioner (angket)

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, hlm 135

⁶² Ibid, hlm 86

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, hlm 137

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana partisipan / responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden.⁶⁴ Dalam hal ini peneliti meminta responden yang merupakan karyawan BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung mengisi pertanyaan dan pernyataan mengenai *marketing mix* (bauran pemasaran) dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah.

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.⁶⁵ Dibandingkan dengan metode lain, metode ini tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah.⁶⁶

Dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi data yang tidak terekam dalam instrumen pengumpulan data yang ada. Dengan demikian, data yang penting diharapkan

⁶⁴ Ibid. hlm 192-193

⁶⁵ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm 240

⁶⁶ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, hlm 274

tidak ada yang terlewatkan dalam kegiatan penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan adalah foto yang berkaitan tentang indikator-indikator dalam Instrumen Penelitian *marketing mix* (bauran pemasaran) dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup pembahasan ini dimaksud untuk pembatasan masalah agar pembahasan lebih terarah, adapun ruang lingkup dalam proposal penelitian ini mengenai pengaruh *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) 4P dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung. Karena adanya keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, maka peneliti memberikan batasan-batasan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini menekankan pada variabel bebas *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) 4P dan Kualitas Pelayanan (X) dan Variabel terikat keputusan nasabah menabung (Y)
2. Penelitian ini menekankan pada pengaruh masing-masing variabel bebas (*Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) 4P dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat, dengan adanya penggabungan pengaruh variabel-variabel dan pengaruh variabel

bebas secara bersama terhadap variabel terikat keputusan nasabah menabung (Y)

3. Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung.

F. Definisi Konsep dan Operasional

Peneliti menetapkan secara teoritis dan operasional mengenai variabel dan indikator yang akan diteliti yaitu definisi konsep dan operasional variabel adalah sebagai berikut:

- 1. Variabel Marketing Mix (X₁)** secara konseptual adalah (a) produk (b) tempat (c) harga (d) promosi

Dan operasionalnya sebagai berikut :

X_{1.1} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena kualitas produk yang bagus

X_{1.2} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena harga yang terjangkau oleh konsumen

X_{1.3} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena sesuai dengan fasilitas yang akan di terima

X_{1.4} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena tempatnya yang strategis

X_{1.5} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena lokasinya yang banyak dilalui oleh transportasi

X_{1.6} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena iklan yang beredar di media, brosur dan poster

2. Kualitas Pelayanan (X₂) Secara Konseptual meliputi

(a) Keandalan (b) ketanggapan (c) jaminan (d) empati (e)berwujud. Dan secara operasional terdiri dari indicator:

X_{2.1} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena kemampuan pelayanannya yang baik

X_{2.2} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena standar pelayanannya yang sudah jelas

X_{2.3} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena petugas memiliki respon yang tanggap

X_{2.4} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena petugas berpakaian rapi dan sopan

X_{2.5} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena pemberian jaminan yang jelas

X_{2.6} Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena petugas mendahulukan kepentingan konsumen

3. Keputusan Nasabah (Y) Secara konseptual meliputi

(a) Pengenalan masalah, (b) Pencarian informasi, (c) Evaluasi Alternatif. Dan Variabel Keputusan Memilih secara operasional terdiri dari indikator:

Y₁ Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan Istiqomah Tulungagung karena mempertimbangkan keuntungan - keuntungan yang diberikan.

Y₂ Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung karena mampu memberikan informasi yang jelas mengenai produknya.

Y₃ Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung karena memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan saya.

Y₄ Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung karena di lembaga tersebut memiliki nasabah terbanyak dibandingkan lembaga lain.

Y₅ Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung karena proses persetujuannya cepat dan tidak memberatkan.

Y₆ Saya memilih menghimpun, menyalurkan dana, dan menggunakan layanan jasa di BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung karena kepercayaan terhadap lembaga yang memiliki citra baik dimata masyarakat

G. Teknik analisis data

Adapun uji yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Uji Validitas dan Reliabelitas Instrumen

a. 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 pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti.⁶⁷

b. Uji Reliabelitas

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen 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* 0 sampai 1.⁶⁸

Dan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton seperti yang dikutip oleh Sujianto “jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang

⁶⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2014), hlm 135.

⁶⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hlm 97.

sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁶⁹

1. Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang *reliable*
2. Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak *reliable*
3. Nilai *alpha cronbach* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup *reliable*
4. Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti *reliable*
5. Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat *reliable*

2. Uji Normalitas

Penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa data variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data.⁷⁰

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal. Untuk menguji normalitas data dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan jika *Asymp. Sig* > 0,05 maka data berdistribusi normal.

⁶⁹ *Ibid.*, hlm97

⁷⁰ Usman & Akbar, *Pengantar Statistika*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm 241

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah:

a. *Multikolinearitas*

Merupakan metode untuk mendeteksi ada tidaknya masalah multikolinearitas dalam suatu model regresi berganda. Salah satu metode untuk mendeteksi multikolinearitas menggunakan metode VIF dan *tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 maka tidak ada masalah multikolinearitas dan angka *tolerance* tidak mendekati angka 0.⁷¹

b. *Heteroskedastisitas*

Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut.⁷² Tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0

⁷¹ Agus Widarjon, *Analisis Statistika Multivariant Terapan*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 2010), hlm 111

⁷²Ibid. hlm 79

- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

4. Uji Regresi Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.⁷³ Model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y' = nilai pengaruh yang diprediksikan

a = konstanta atau bilangan harga $X = 0$

b = koefisien regresi

X = nilai variable dependen

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung (variabel dependen) dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yakni faktor-faktor marketing mix (bauran pemasaran) dan kualitas pelayanan (variabel independen). Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + E$$

Dimana:

⁷³ Agus Widarjon, *Analisis Statistika Multivariant Terapan*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 2010), hlm 56

Y	= keputusan nasabah menabung
a	= Konstanta
b1, b2, b3,b4	= Koefisien regresi masing-masing variabel
X1	= marketing mix
X2	= kualitas pelayanan
E	= <i>Error term</i> (variabel pengganggu) atau residual

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui *marketing mix* (X_1), kualitas pelayanan (X_2), terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai 1, dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruh *marketing mix* (X_1), kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan nasabah menabung (Y) Semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruh *marketing mix* (X_1), kualitas pelayanan (X_2) keputusan nasabah menabung (Y) lemah.

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reabilitas instrumen sampai dengan uji koefisien determinasi menggunakan *software* pengolahan data SPSS 16.

6. Uji F

Digunakan untuk menguji secara bersama-sama pengaruh variabel independen : *marketing mix* (bauran pemasaran) dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen: terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung. Keputusan menerima atau menolak H_0 adalah jika $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka apabila H_0 ditolak berarti secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Tapi jika $F_{hitung} < F_{kritis}$, maka H_0 diterima yang artinya secara bersama-sama variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

7. Uji t

Digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen: *marketing mix* (bauran pemasaran) kualitas pelayanan secara individu mempengaruhi variabel dependen: terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung. Keputusan menerima atau menolak H_0 adalah jika $t_{hitung} > t_{kritis}$, maka H_0 ditolak. Tapi jika $t_{hitung} < t_{kritis}$, maka H_0 diterima.