

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif, dimana jenis kuantitatif merupakan penelitian yang berbentuk angka untuk menguji suatu hipotesis. Metode penelitian ini berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, ditinjau dari tujuannya bahwa studi kausal ini berusaha menjelaskan pengaruh strategi *marketing mix* terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk *menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala*. Pada penelitian ini minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan.²

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,, hlm. 11

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), hlm. 11-12

B. Variabel Penelitian

Menurut Hatch dan Farhady, secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Kerlinger menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Dibagian lain Kerlinger menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (*different values*).³ Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel X, dalam penelitian ini variabel X-nya adalah sebagai berikut :

- *Product* (X1)
- *Price* (X2)
- *Place* (X3)
- *Promotion* (X4)
- *Process* (X5)
- *People or Personal traits* (X6)
- *Physical Evidence* (X7)

2. Variabel Y, yaitu kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 38

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah himpunan individu atau objek yang banyaknya terbatas dan tidak terbatas. Populasi bisa terdiri atas orang dan dapat pula berupa objek tertentu seperti luas dan jenis tanah, penggunaan sawah, perusahaan sejenis, dan sebagainya. Populasi bisa terbatas adalah populasi yang dapat dihitung jumlahnya. Populasi tidak terbatas adalah populasi yang sulit dihitung jumlahnya.⁴ Adapun yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota pembiayaan *murabahah* pada BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung yang berjumlah 380 anggota.

2. Sampel

Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi.⁵ Adapun yang dimaksud sampel pada penelitian ini adalah sebagian dari seluruh anggota pembiayaan *murabahah* pada BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung.

⁴ Moh. Pabundu Tika, *Metologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 33

⁵ *Ibid.*, hlm. 33

3. Teknik Pengambilan Sampel (Sampling)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *random sampling*. *Random sampling* adalah pengambilan sampel secara random atau tanpa pandang bulu.⁶ Dengan cara mengambil sampel dari seluruh anggota secara acak (diundi). Menurut Arikunto yang menjelaskan bahwa “apabila subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, dan jika subjeknya lebih besar dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25% atau lebih”.⁷ Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dari 10% jumlah anggota. Jadi, sampel yang digunakan peneliti sejumlah 38 responden.

D. Kisi-Kisi Instrumen

Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butiran-butiran pertanyaan atau pernyataan. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan “matrik pengembangan instrumen” atau “kisi-kisi instrumen”.⁸

⁶ Sutriano Hadi, *Metodologi Research Jilid I*, (Yogyakarta; Andi Offset, 2000), hlm. 75

⁷ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 174

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*,, hlm. 98

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	No. Item
1	Produk (X_1)	Penentuan logo dan moto	Logo (gambar matahari dan sabit) dari BSA yang melambangkan untuk menyejukkan hati masyarakat dan moto (sahabat syariah anda) sesuai dengan prakteknya untuk membantu masyarakat yang membutuhkan dana.	1 – 4
		Menciptakan merek	Dasar pertimbangan BSA dengan pemberian nama akad <i>murabahah</i> memudahkan anggota untuk mengingatnya.	
		Menciptakan kemasan	Desain dan kualitas surat perjanjian/akad pembiayaan <i>murabahah</i> disusun dengan menarik serta dibuat dari kertas yang berkualitas, tidak mudah rusak sehingga akan aman sampai berakhirnya akad <i>murabahah</i> .	
		Keputusan label	Adanya kesepakatan kedua belah pihak dalam akad <i>murabahah</i> dengan disertai materai sehingga memiliki kekuatan hukum apabila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan/wanprestasi.	
2	Harga (X_2)	Tingkat harga	Tingkat margin yang diberikan BSA terhadap anggota dalam pembiayaan <i>murabahah</i> lebih rendah dibanding dengan lembaga keuangan syariah lainnya.	
		Keseragaman harga	Penentuan tingkat margin berdasarkan harga barang dalam akad <i>murabahah</i> sesuai dengan kesepakatan BMT Sinar Amanah dan	

			anggota.	5 – 8
		Potongan harga	Adanya proses tawar-menawar antara BSA dan anggota yang loyal sehingga dalam penentuan tingkat margin lebih memudahkan anggota dalam proses pembiayaan <i>murabahah</i> .	
		Syarat-syarat pembayaran	Persyaratan pengajuan pembiayaan <i>murabahah</i> tidak rumit dan sederhana.	
3	Tempat (X_3)	Penentuan lokasi	Lokasi BSA yang strategis.	9 – 12
		Penentuan <i>lay out</i> gedung dan ruangan	Suasana ruangan BSA yang terkesan nyaman.	
		Peralatan ruangan	Urutan operasional/tata letak (CS, Teller, Administrasi) rapi.	
		Saluran distribusi	Adanya sistem jemput bola (angsuran dapat diambil oleh <i>marketing</i>) yang memudahkan anggota.	
4	Promosi (X_4)	Advertensi	Periklanan yang dilakukan BSA sangat gencar sehingga anggota banyak yang mengetahui tentang profil maupun produk pembiayaan di BSA.	13 – 16
		Penjualan pribadi	<i>Marketing</i> datang ke rumah anggota/calon anggota secara langsung untuk mempromosikan pembiayaan <i>murabahah</i> .	
		Promosi penjualan	Ada potongan harga/promosi (vouer) yang diberikan BMT Sinar Amanah kepada anggota yang loyal dalam menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> .	
		Publisitas	Adanya media brosur, promosi lewat radio, <i>personal selling</i> memudahkan anggota untuk mengetahui pembiayaan <i>murabahah</i> di BSA.	

5	Proses (X ₅)	Kemudahan	Adanya kemudahan anggota untuk melakukan proses pembiayaan <i>murabahah</i> .	17 – 20
		Kecepatan	Adanya kecepatan dalam proses transaksi pembiayaan <i>murabahah</i> .	
		Kejelasan	Adanya kejelasan mulai dari pengarahannya sampai akhir pembiayaan <i>murabahah</i> dan adanya keterbukaan pemberian tingkat margin sehingga kedua belah pihak saling mengetahui.	
		Ketepatan	Adanya ketepatan/kesesuaian waktu dalam proses pembiayaan <i>murabahah</i> .	
6	Sumber Daya Manusia (X ₆)	Kemampuan/profesionalisme	Sikap profesionalisme karyawan BSA dalam melayani anggota.	21 – 24
		Kedisiplinan	Adanya kedisiplinan waktu dalam proses pemberian pembiayaan <i>murabahah</i> .	
		Kerapian	Kerapian karyawan BSA dalam berpakaian saat bekerja.	
7	Bukti Fisik (X ₇)	Tanggung jawab	Adanya tanggung jawab karyawan dalam melayani anggota.	25 – 28
		Sarana fisik	Adanya sarana dan prasarana mendukung kemajuan BSA.	
		Baju seragam	Baju seragam karyawan BSA menunjukkan sikap profesionalisme kerja dalam melayani anggota.	
		Bangunan fisik	Bentuk bangunan yang luas dan nyaman.	
8	Kepuasan Anggota	Lingkungan phisik	Lingkungan sekitar kantor BMT Sinar Amanah yang aman.	
		Kualitas produk	Pemberian tingkat margin yang rendah dalam pembiayaan <i>murabahah</i> membuat anggota merasa puas.	
		Kualitas	Kualitas pelayanan yang	

		pelayanan	baik, mudah dan cepat dilakukan oleh karyawan BSA membuat anggota merasa puas dan senang.	29 – 32
		Harga	Tingkat margin rendah dan terjangkau.	
		Kemudahan dan biaya	Kemudahan proses pencairan pembiayaan <i>murabahah</i> dan ujarah/upah yang diberikan BSA kepada anggota tidak memberatkan salah satu pihak.	

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen-instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam ilmu alam dan ilmu sosial sudah banyak tersedia dan telah teruji validitas dan realibilitasnya. Walaupun instrumen-instrumen dalam bidang sosial telah teruji validitas analisis reliabilitasnya, tetapi apabila digunakan untuk tempat tertentu belum tentu tepat dan mungkin tidak valid dan reliabel lagi.

Hal ini perlu dimaklumi karena gejala/fenomena sosial itu cepat berubah dan sulit dicari kesamaannya. Untuk itu maka peneliti-peneliti dalam bidang sosial instrumen penelitian yang digunakan sering disusun sendiri termasuk menguji validitas dan reliabilitasnya. Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.⁹

⁹ Ibid., hlm. 97-98

F. Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu.¹⁰ Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau yang memakai data tersebut. Data primer diambil dari sumber pertama yang ada dilapangan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari anggota pembiayaan *murabahah* pada BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung sebagai subyek penelitian.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer.¹¹ Dilihat dari sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.¹² Dalam hal ini data sekunder digunakan untuk mendapatkan data-data yang valid tentang pengaruh strategi *marketing mix* terhadap kepuasan anggota yang diperoleh dari dokumen-dokumen BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung, seperti; sejarah singkat BSA, visi dan misi BSA, tujuan pendirian, struktur organisasi, sistem pengelolaan operasional dan produk-produk BSA.

¹⁰ Moh. Pebundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis,*, hlm. 57

¹¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm.128

¹² *Ibid.*, hlm. 13

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi sumber data dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

- a) *Person* yaitu sumber data yang menyajikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara atau jawaban tertulis melalui angket. Sumber data dalam hal ini adalah anggota pembiayaan *murabahah* pada BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung.
- b) *Place* yaitu sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan diam atau bergerak, misalnya dalam penelitian ini adalah gedung BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung dan seluruh sarana yang ada di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung.
- c) *Paper* yaitu sumber data yang menyajikan tanda-tanda yang berupa huruf, angka, gambar atau simbol-simbol yang lain yang berada dalam dokumen berupa kertas.¹³

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dengan memperhatikan penggarisan yang telah ditentukan.¹⁴ Metode yang akan dikemukakan dalam pengumpulan data berdasarkan tekniknya, yaitu:

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), cet. XII, hlm. 109

¹⁴ Subagiyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hlm. 38

kuesioner. Kalau wawancara dan koesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.¹⁵ Berdasarkan pengertian di atas maka peneliti melakukan observasi langsung ke lokasi wilayah penelitian di BMT Sinar Amanah Boyolang-Tulungagung.

2. Angket

Angket adalah usaha pengumpulan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden.¹⁶ Penelitian ini menggunakan angket tertutup yang merupakan suatu angket dimana pertanyaan dan alternative jawabannya telah ditentukan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang ditentukan.

H. Teknik Analisis Data

Kerlinger adalah tokoh penelitian kuantitatif, dia mendefinisikan analisis data sebagai analisis data yang mencakup banyak kegiatan, yaitu mengkategorikan data, mengatur data, memanipulasi data, menjumlahkan data, mentabulasi data yang diarahkan untuk memperoleh jawaban dari problem penelitian.¹⁷ Tujuan analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah mencari makna di balik data, melalui pengakuan subyek pelakunya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,, hlm. 196

¹⁶ Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi aksara, 2006), hal. 60

¹⁷ Moh. Kasiran, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang:UIN Maliki Press,2010), hlm. 354

1. Analisis Validitas dan Reliabilitas

Analisis validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Suatu pengukur dikatakan valid, jika alat itu mengukur apa yang harus di ukur alat itu.¹⁸ Sedangkan reliabilitas adalah suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.¹⁹

2. Uji Normalitas Data dengan Kolmogorov –Smirnov

Akbar, Kolmogorov–Smirnov adalah uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui distribusi suatu data untuk data yang minimal bertipe ordinal. Sedangkan Chi Square untuk data dengan skala nominal. Jika probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant* (α) maka data distribusi normal. Sedangkan Santoso (2006), jika nilai *Sig.* atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi adalah normal.²⁰

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk

¹⁸Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 74

¹⁹*Ibid.*, hlm. 76

²⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hlm. 78

mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho (2005) menyatakan jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas 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 varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai *t*. Sarwoko (2005) mengemukakan, beberapa alternatif perbaikan karena adanya multikolinieritas yaitu: (1) membiarkan saja; (2) menghapus variabel yang berlebihan; (3) transformasi variabel multikolinieritas dan (4) menambah ukuran sampel.²¹

2) Heteroskedastitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastitas jika; a) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; b) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 dan c) titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau di bawah saja.²²

²¹ Ibid., hlm. 79

²² Ibid., hlm. 80

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, variabel terikat dipengaruhi oleh dua variabel bebas. Maka untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas tidak bisa dengan regresi sederhana. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Persamaan umum *regresi linier* berganda adalah:²³

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \dots + b_nX_n$$

Dimana :

X_1 = *variable independent (product)*

X_2 = *variable independent (price)*

X_3 = *variable independent (place)*

X_4 = *variable independent (promotion)*

X_5 = *variable independent (process)*

X_6 = *variable independent (people/personal traits)*

X_7 = *variable independent (physical evidence)*

Y = *variable dependent (kepuasan anggota)*

c. Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrika sebagai berikut :

²³ Ibid., hlm. 56

1) Uji t (t -test)

Dengan menggunakan Uji t (t -test) untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel produk (X_1), penetapan harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4), proses (X_5), SDM (X_6), bukti fisik (X_7) terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah* (Y), signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu: H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel} \Rightarrow$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara produk, penetapan harga, distribusi, promosi, proses, SDM, bukti fisik terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel} \Rightarrow$ ada pengaruh yang signifikan antara produk, penetapan harga, distribusi, promosi, proses, SDM, bukti fisik terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*.

2) F-tes digunakan untuk menguji analisis faktor-faktor strategi *marketing mix* terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel} \Rightarrow$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor strategi *marketing mix* terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel} \Rightarrow$ ada pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor strategi *marketing mix* terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*.

d. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (produk, penetapan harga, tempat, promosi, proses, SDM, bukti fisik) terhadap variabel dependen (kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*) yang dinyatakan dengan R^2 atau koefisien determinasi.

Sedangkan r^2 untuk menyatakan koefisien determinasi parsial variabel independen terhadap variabel dependen. 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).²⁴

Rumus:

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

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

²⁴ Ibid., hlm. 48-50

I. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada 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 instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.²⁵

Penyelesaian masalah penelitian dan untuk mempermudah analisis data, maka variabel yang digunakan harus terukur terlebih dahulu. Pengukuran variabel ini untuk mempermudah dalam membuat data kuantitatif. Cara membuat urutan kuantitatif dari data kualitatif, penulis menggunakan skala Likert yang berfungsi untuk mengukur *product, price, place, promotion, process, people or personal traits, physical evidence* terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada penelitian ini dengan memberikan tanda silang (x) atau ceklist (√) pada alternatif jawaban.²⁶ Berikut ini adalah contoh pengukuran indikator dari variabel tersebut di atas:

Sangat setuju skor	5
Setuju skor	4
Ragu-ragu skor	3
Tidak setuju skor	2
Sangat tidak setuju skor	1

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm. 93

²⁶ *Ibid.*, hlm. 62

