

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “metode yang menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan variabel”.¹ Metode penelitian kuantitatif ini digunakan untuk “meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.²

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah “asosiatif yang digunakan untuk menguji ada tidaknya hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya”.³ Pada penelitian ini pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan komunikasi pemasaran Islam terhadap loyalitas anggota tabungan *mudharabah* di Koperasi Syari’ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar.

¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 38.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hal. 11.

³ Azuar Juliandi, et.al., *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU PRESS, 2014), hal. 86.

B. Populasi, Sampling dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah “sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas”.⁴ wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi menunjukkan “keadaan dan jumlah obyek penelitian secara keseluruhan yang memiliki karakteristik tertentu, dalam populasi terhadap unit-unit populasi ataupun jumlah bagian-bagian populasi”.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah anggota produk tabungan *mudharabah* dengan jenis tabungan Si Harum dan Si Basar yaitu sejumlah 448 orang di Koperasi Syari’ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar.

2. Sampling Penelitian

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel, teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan “*simple random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi”.⁶

⁴ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), Hal. 137.

⁵Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Thesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 83.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 121-122.

3. Sampel Penelitian

Sampel merupakan aspek yang sangat menentukan hasil penelitian.⁷ Hal yang paling penting dalam sampel yaitu sampel tersebut mewakili (*representatif*) populasi yang dapat menggambarkan secara optimal keadaan populasi. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan rumus *slovin* dikarenakan jumlah dari responden sudah diketahui.

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e² = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampling.⁸

Populasi dari 2 jenis produk tabungan *mudharabah* yaitu, Si Basar dan Si Harum sebanyak 448 anggota, maka dari rumus tersebut jumlah sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{448}{1 + (448 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{448}{5,48} = 81,7 \rightarrow 82$$

Dari penerapan jumlah sampel di atas diperoleh sampel sebanyak 82 anggota.

⁷Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal. 3.

⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 78.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh, apabila peneliti menggunakan kuisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.⁹ Sumber data diidentifikasi menjadi tiga yaitu *person*, *place*, *paper*.¹⁰

- a. *Person* yaitu sumber data berupa orang yang bisa memberikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara. Dalam penelitian ini subjek penelitian/respondennya adalah anggota tabungan *mudharabah* produk Si Harum dan Si Basar.
- b. *Place* yaitu sumber data berupa tempat atau sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan diam dan bergerak. Dalam penelitian ini lokasi yang digunakan sebagai fokus penelitian adalah lembaga Koperasi Syari'ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar yang terletak di Jalan Mastrip 08 Togogan, Srengat-Blitar.
- c. *Paper* berupa simbol atau sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa huruf, angka, gambar, simbol-simbol dan lain-lain. Dalam penelitian ini yang menjadi paper adalah kuisioner atau angket yang diperoleh dari jawaban-jawaban responden.

⁹Suharsimi Arikunto, *Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 172.

¹⁰*Ibid.*, hal. 172.

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:¹¹

a. Jenis 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 tabungan *mudharabah* dengan produk Si Harum dan Si Basar pada Koperasi Syari'ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar sebagai subyek penelitian.

2. Variabel Penelitian

Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu standar dan sebagainya.¹² Variabel di dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas yaitu “sejumlah gejala atau faktor atau unsur yang menentukan atau mempengaruhi ada atau munculnya gejala atau faktor atau unsur yang lain, yang pada gilirannya gejala atau faktor atau unsur yang kedua itu disebut variabel terikat”.¹³ Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang menjelaskan terjadinya fokus penelitian. Jadi dalam penelitian ini variabel bebas

¹¹*Ibid.*, hal. 41.

¹² Zulfikar, *Manajemen Riset Dengan Pendekatan Komputasi Statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hal. 140.

¹³ Masyuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Malang: Genius Media, 2014), hal. 60.

yang digunakan adalah etika bisnis Islam dengan simbol X_1 dan komunikasi pemasaran Islam dengan simbol X_2 .

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian.¹⁴ Jadi, dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah loyalitas anggota dengan simbol Y.

3. 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. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang variabel diukur dijabarkan menjadi variabel indikator. Jawaban pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan bentuk *checklist* yang berupa pilihan dari lima alternative jawaban yaitu sebagai berikut:¹⁵

- | | | | |
|------------------|------|-------------|---|
| a. Sangat Setuju | (SS) | diberi skor | 5 |
| b. Setuju | (S) | diberi skor | 4 |
| c. Ragu-Ragu | (RR) | diberi skor | 3 |
| d. Tidak Setuju | (TS) | diberi skor | 2 |

¹⁴ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 61.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 136-137.

- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrument Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner (angket). Metode kuesioner (angket) adalah “suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti, untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden”.¹⁶ Peneliti dapat menggunakan kuisisioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan sikap kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian, dari perilaku responden.¹⁷ Penelitian ini menggunakan angket tertutup yang merupakan suatu angket dimana pertanyaan dan alternatif jawabannya telah ditentukan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang ditentukan

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam pengumpulan data. instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode angket yang diukur dengan menggunakan skala *likert*.

¹⁶ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 76.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 192-193.

Tabel 3.1
Instrument Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	No. Item
1.	<i>Etika bisnis Islam (X₁)</i> (Muhammad Djakfar, 2012)	1. Kesatuan	Saya menyukai Produk tabungan <i>mudharabah</i> Si Harum dan Si Basar yang dikeluarkan oleh Koperasi Syari'ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar yang sesuai dengan prinsip syari'ah	1
			Saya meyakini lembaga Koperasi Syari'ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar sudah sesuai agama Islam	2
		2. Keseimbangan/ Kesejajaran	Saya selalu diperlakukan adil oleh karyawan	3
			Karyawan Koperasi selalu memberikan informasi yang akurat jika saya membutuhkannya	4
		3. Kehendak Bebas	Anggota dipermudah untuk menabung dengan layanan jemput bola dan tidak merugikan kedua belah pihak yang sesuai prinsip kehendak bebas	5
			Saya diizinkan untuk memilih tabungan <i>mudharabah</i> sesuai yang saya butuhkan	6
		4. Tanggung Jawab (Fardh)	Pihak Koperasi amanah (tanggung jawab) dalam menjaga tabungan anggota	7
			Kecepatan dalam mengambil uang tabungan	8
2	Komunikasi Pemasaran Islam (X ₂) (Disya Nurul Hikmah, 2015), dan (Hana Herdiana Abdurrahman, 2015)	1. Penjualan perorangan	Petugas CS mampu meyakinkan anggota untuk menggunakan produk dan jasanya melalui pelayanan yang baik	9
			Petugas CS selalu menjaga hubungan baik dengan anggotanya	10
		2. Iklan	Saya tertarik menabung dikoperasi syari'ah karena informasi yang ada di brosur lengkap sesuai kebutuhan saya	11
			Iklan produk tabungan di Koperasi Syari'ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar cukup jelas dan menarik.	12
		3. <i>sales promotion</i>	Karyawan koperasi selalu memberikan pelayanan yang ramah dan sopan ketika saya berkunjung	13

Lanjutan tabel,...

		4. Pemasaran Sponsorship	Saya tertarik menabung di Koperasi Syari'ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar karena pemberian hadiah yang diberikan oleh koperasi syari'ah kepada anggota	14		
			Koperasi syari'ah selalu aktif memberikan beasiswa maupun bantuan setiap tahun kepada anggota yang tidak mampu	15		
			Koperasi syari'ah pernah mensponsori kegiatan di kota Blitar	16		
		5. Publisitas	Pihak lembaga memberi brosur kepada calon anggota	17		
			Pihak lembaga memiliki papan nama yang dekat dengan jalan raya	18		
		6. Komunikasi di tempat pembelian	Karyawan koperasi membuat anggota merasa aman dalam transaksi (kejujuran)	19		
			Kemudahan dalam berkomunikasi dengan anggota	20		
		3	Loyalitas anggota (Y) (Ratih Hurriyati, 2015)	1. Kemantapan pada sebuah produk	Saya setia kepada lembaga karena kemudahan persyaratan dalam tabungan	21
					Saya memiliki kebutuhan untuk menabung	22
				2. Kebiasaan dalam membeli produk	Saya memilih produk tabungan <i>mudharabah</i> di Kopsyah Podojoyo berdasarkan pengalaman dan informasi teman/keluarga	23
Produk sesuai kebutuhan anggota	24					
		3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Saya merasa puas setelah menjadi anggota tabungan <i>mudharabah</i> di Koperasi Syari'ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar	25		
			Saya merasa nyaman dengan pelayanan di Koperasi Syari'ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar	26		
		4. Melakukan pembelian ulang	Tidak ada biaya administrasi setiap bulan tetapi mendapat bagi hasil	27		
			Sistem bagi hasil memiliki nilai lebih	28		

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. “Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan”.¹⁸

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Item dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya.¹⁹ Rumus yang digunakan untuk analisis butir ialah *Korelasi Pearson Product Moment* dengan bantuan *SPSS Statistics* versi 25. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan 82 responden.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah “indeks (koefisien) yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan”.²⁰

¹⁸ Husein Umar, *Metode...*, hal. 166.

¹⁹ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 79.

²⁰ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Rawamangun: Alim's Publishing, 2016), hal. 256.

Reliabel atau tidaknya suatu instrumen penelitian atau yang menggunakan angket dapat menggunakan alat ukur koefisien *cronbach's alpha* pada software SPSS versi 25. Interpretasi dari nilai *cronbach's alpha* untuk mengetahui reliabel yaitu sebagai berikut:

- 1) Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 – 0,20 = kurang reliabel
- 2) Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 – 0,40 = agak reliabel
- 3) Nilai *Alpha Cronbach* 0,41 – 0,60 = cukup reliabel
- 4) Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 – 0,80 = reliabel
- 5) Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 – 1,00 = sangat reliabel

Kriteria *cronbach's alpha* yaitu “apabila *cronbach's alpha* > 0,60 maka instrumen penelitian tersebut reliabel dan sebaliknya apabila *cronbach's alpha* < 0,60 maka instrumen tersebut tidak reliabel”.²¹

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa uji sebagai berikut:²²

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas ini merupakan salah satu jenis asumsi klasik yang diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau variabel bebas dimana akan diukur tingkat keeratan hubungan atau tingkat pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui tabel VIF jika tabel nilai pada tabel

²¹ Masyuri Machfudz, *Metodologi Penelitian...*, hal.135.

²² Husein Umar, *Metode Penelitian...*, hal. 177-185.

VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya jika nilai pada tabel VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketiksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. jika residualnya mempunyai variannya tidak sama disebut terjadi homoskedasitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut tidak terjadi heteroskedasitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah uji yang menguji sebuah persamaan regresi mengandung autokorelasi atau tidak, autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi linier terdapat hubungan yang kuat dan positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Untuk mengetahui terjadi tidaknya autokorelasi maka menggunakan *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan nilai *Durbin-Watson* (DW) terletak diantara -2 dengan 2. Dalam penelitian saya tidak menggunakan autokorelasi karena, autokorelasi hanya digunakan untuk data *time series*/runtut waktu.²³

²³ Azuar Juliandi, et.al., *Metodologi Penelitian Bisnis.*, hal. 157.

e. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. 2 variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linierity*)

3. Regresi Linier Berganda

Regresi berganda merupakan “alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*)”.²⁴ Penelitian ini menggunakan satu variabel bebas (Y) dan dua variabel bebas (X), maka digunakan metode regresi linier dengan dua variabel bebas dengan rumus:²⁵

$$\text{Nilai } \hat{Y} = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan:

- \hat{Y} : Variabel terikat (nilai duga y)
 a : Nilai konstanta
 b₁, b₂ : Koefisien regresi linier berganda
 x₁, x₂ : Variabel bebas
 e : Nilai error

4. Uji Hipotesis

²⁴ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik...*, hal. 405.

²⁵ Ali Mauludi, *Teknik Belajar...*, hal. 125.

a. Uji T

Uji ini digunakan “untuk mengetahui taraf signifikansi perbedaan antara variabel satu dengan variabel lainnya”.²⁶ Uji T untuk menguji dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan membandingkan besarnya angka *F hitung* dengan *F tabel*. “Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a diterima”.²⁷

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang ditimbulkan variabel X terhadap Y. “Interprestasi dari pengaruh yang ditimbulkan X terhadap Y yaitu 0 sampai 1, dimana semakin mendekati 1 berarti x dan Y berpengaruh semakin kuat, dan sebaliknya jika mendekati 0 maka pengaruh x terhadap y semakin lemah”.²⁸ Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel penelitian menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

²⁶ Singgih Santoso, *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI Menggunakan SPSS Untuk Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), Hal. 37.

²⁷ Singgih Santoso, *Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS 17*, (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2009), hal.285.

²⁸ Dergibson Sugian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 259.