

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif adalah penelitian yang mencari sebuah hubungan antara sebuah hubungan antara variabel satu dengan variabel lain. Jenis penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.³⁹ Sedangkan pendekatan penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.⁴⁰ Penelitian Kuantitatif menekankan fenomena – fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol.⁴¹

³⁹ Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika. Ed.1, Cet. 1*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), Hlm. 215

⁴⁰ Ninit Alfianika, *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia. Ed-1, Cet-1*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), Hlm. 26

⁴¹ Asep Saepul Hamdi, (ed). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan. Ed.1, Cet.1*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), Hlm. 5

B. Populasi, Sampel dan Sampling 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. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi seluruh anggota tabungan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung yaitu sebesar 3.816 anggota.

2. Sampel

Sampel digunakan ketika peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Akan tetapi jika sasaran penelitiannya adalah seluruh anggota populasi (respondennya terlalu kecil), akan lebih cocok digunakan istilah penelitian populasi atau sampel total (jumlah 100 orang kebawah sebaiknya diambil semuanya). Dengan tingkat kesalahan 10% dan diambil sampel sebagaimana rumus slovin sebagai berikut:

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan 10%

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

$$n = \frac{3.816}{3.816(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{3.816}{39,16}$$

$n = 97,44$ di bulatkan menjadi 97

Sampel yang didapatkan dari populasi anggota *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo sebesar 3.816 pada tahun 2016 setelah dihitung menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sejumlah 97 sampel dengan tingkat kesalahan 10%.

3. Sampling

Dalam penelitian ini menggunakan tehnik *probability sampling* dengan menggunakan sampel random atau sampel acak. Tehnik sampling ini diberi nama demikian karena didalam pengambilan sampelnya peneliti mencampur subjek-subjek dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dengan demikian peneliti akan memberikan hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel.⁴² Dalam probability sampling, pemilihan sampel tidak dilakukan secara subjektif, dalam arti tidak semata-mata didasarkan pada keinginan si peneliti sebagai sampel. Pada pengambilan sampel acak, mengetahui setiap elemen populasi berpeluang terpilih menjadi

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabert, 2008), Hlm. 117

sampel. Dengan begitu bisa menilai dengan objektif pendugaan karakteristik populasi yang diperoleh dari sampel.⁴³

Sampling merupakan metode atau cara menentukan sampel dan besar sampel. Teknik pengambilan sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi. Maksud dari representatif yaitu sampel yang menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.⁴⁴

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

Sumber Data

Sumber data yang diperoleh peneliti terkait dengan tema yaitu bersumber pada data primer, sumber data yang langsung diterima peneliti melalui angket terhadap anggota pendanaan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Dalam penelitian ini menggunakan sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁴⁵ Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber – sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu.

⁴³ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), Hlm. 116

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 2014), Hlm. 21

⁴⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Ed.2, Cet.13*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Hlm. 41-42

Variabel Penelitian

Variabel merupakan konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Umumnya variabel dibedakan menjadi variabel bebas (*independent variabel*), variabel terikat (*dependent variabel*) dan variabel bebas kedua (variabel moderator).

Variabel bebas (*independent variabel*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini ada dua yaitu *word of mouth promotion* dan *excellent service*. Sedangkan variabel terikat (*dependent variabel*) dalam penelitian ini adalah keputusan menjadi anggota yang memilih produk *funding*.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk memenuhi 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.⁴⁶

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang

⁴⁶ *Ibid.*, Hlm. 92

atau sekeompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert bisa 3, 4, 5, 6, 7, skala tergantung kebutuhan.

- a) Sangat tidak setuju diberi skor 1
- b) Tidak setuju diberi skor 2
- c) Ragu-ragu/Netral diberi skor 3
- d) Setuju diberi skor 4
- e) Sangat setuju diberi skor 5.⁴⁷

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari peneliti adalah :

1. Observasi. Metode observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis mengenai fenomena sosial untuk kemudian dilakukan pencatatan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini penulis langsung terjun ke lapangan untuk menemukan dan mendapatkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket).
2. Kuisisioner. Pada penelitian, penggunaan kuisisioner merupakan hal yang pokok untuk pengumpulan data. Alat pengumpul data ini umumnya terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis

⁴⁷Syaizal Helmi Situmorang, *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, (Medan: USU Press, 2010), Hlm. 5

yang digunakan untuk mengumpulkan informasi penelitian yang dikehendaki.

3. Dokumentasi. dokumen (dokumentasi) dalam pengertiannya yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis.⁴⁸

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.⁴⁹

Tabel 3.1

Instrumen penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	No. Item
<i>Word Of Mouth Promotion (X₁)</i> Promosi (Sentot Imam Wahjono 2010:2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses komunikasi yang bertujuan memberikan informasi produk dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. 2. Promosi merupakan suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendengarkan informasi tentang BMT Istiqomah Karangrejo langsung tertarik menjadi anggota tabungan di BMT Istiqomah Karangrejo. 2. Saya diberi hadiah berupa payung dan kalender setahun sekali dari BMT Istiqomah 	

⁴⁸ Cholid Narbuko dan H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian. Cet-13*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), Hlm. 77

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Ed-5, Cet-12*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), Hlm. 136

	<p>untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.</p> <p>3. <i>Word of mouth</i> merupakan pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan sekitar pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang betul – betul mempengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka. <i>Word of mouth</i> dapat membentuk kepercayaan para pelanggan.</p> <p>4. Definisi dari <i>Word of Mouth Marketing</i> adalah memberikan orang alasan untuk membicarakan tentang produk dan mempermudah pembicaraan itu terjadi.</p>	<p>Karangrejo.</p> <p>3. Saya mendapat tawaran produk tabungan dan memberi saya kemudahan untuk memahami produk tabungan yang ditawarkan dari pihak BMT Istiqomah Karangrejo.</p> <p>4. Pihak yang mempromosikan bersedia menjelaskan secara rinci tentang keunggulan produk tabungan di BMT Istiqomah Karangrejo.</p>	1 – 4
<p><i>Excellent Service</i> (X₂) Pelayanan (Kasmir 2014:189)</p>	<p>1. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung.</p> <p>2. Karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar.</p> <p>3. Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang</p>	<p>1. Seorang kasir yang berhadapan langsung dengan seorang anggota tabungan memiliki kemampuan komunikasi yang baik.</p> <p>2. Seorang kasir sangat cepat dalam memberikan pelayanan transaksi kepada setiap anggota BMT Istiqomah Karangrejo.</p> <p>3. Seorang kasir memberikan</p>	5 – 8

	<p>melayani, karyawan yang harus ramah dan sopan. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik.</p> <p>4. Penampilan (<i>appearance</i>) adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan non-fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.</p>	<p>perhatian tidak membeda – bedakan anggota BMT Istiqomah Karangrejo.</p> <p>4. Penampilan seorang kasir BMT Istiqomah Karangrejo rapi dan muslim dan etika kerja yang telah ditetapkan.</p>	
Keputusan Anggota / Pelanggan (Y) (James F Engle 2005:93)	<p>1. Konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk, mereka mempertimbangkan nilai, gaya, merek, kualitas sehingga mereka tidak kecewa nantinya.</p> <p>2. Dengan mempelajari perilaku konsumen, produsen akan mengetahui kebutuhan-kebutuhan konsumen yang belum di garap oleh produsen.</p> <p>3. Pengenalan kebutuhan merupakan tahap pertama dari keseluruhan proses pembelian dimana</p>	<p>1. Sebelum saya mengambil keputusan menabung di BMT Istiqomah Karangrejo saya mempertimbangkan dulu dan meminta pendapat dengan orang – orang terdekat saya.</p> <p>2. Saya mendapat informasi tentang produk tabungan di BMT Istiqomah Karangrejo dari kerabat dan dari pihak BMT Istiqomah Karangrejo.</p> <p>3. Saya menjadi</p>	9 – 13

	<p>pemakai atau pengguna mengenali akan apa yang menjadi kebutuhan atau masalah.</p> <p>4. Para konsumen telah menemukan bagaimana menggunakan salah satu atau lebih dari beberapa evaluasi prosedur yang tergantung pada para konsumen dan keputusan membeli.</p> <p>5. Faktor Sosial, perilaku konsumen juga di pengaruhi oleh faktor – factor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.</p>	<p>anggota BMT Istiqomah Karangrejo karena produk tabungan sesuai dengan harapan saya.</p> <p>4. Sebelum saya memutuskan menjadi anggota di BMT Istiqomah Karangrejo saya membandingkan nya dengan Lembaga Keuangan lainnya.</p> <p>5. Saya menjadi anggota di BMT Istiqomah Karangrejo karena ada komunikasi yang baik antar pimpinan maupun karyawan terhadap saya.</p>	
--	---	---	--

E. Teknik Analisis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji Validitas pengertian validitas adalah aspek kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid dapat menjalankan fungsi ukurnya dengan tepat, juga memiliki kecermatan tinggi. Arti kecermatan disini adalah dapat mendeteksi perbedaan – perbedaan kecil yang ada pada atribut yang diukur.

Instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Sugiyono dan Wibowo mengatakan, ketentuan validitas instrumen sah apabila r hitung lebih besar dari r kritis (0,30). Suyuthi, item pertanyaan atau pertanyaan dikatakan valid jika mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r standar yaitu 0,3. Sugiyono, bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.⁵⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur.

⁵⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2009), Hlm. 95-96

Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda – beda. Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas.

Triton, jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 – 0,20 berarti kurang reliabel

Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 – 0,40 berarti agak reliabel

Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 – 0,60 berarti cukup reliabel

Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 – 0,80 berarti reliabel

Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel

Metode yang digunakan untuk melakukan uji reliabilitas adalah *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan *Alpha Cronbach* 0 sampai 1. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila hasil *Alpha Cronbach* > 0,60. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian

dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.⁵¹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan uji *kolmogrov-smirnov*. Menurut Akbar, Kolmogorov – Smirnov adalah uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui distribusi suatu data untuk data yang minimal bertipe ordinal. Dalam mendekteksi normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots*. Ketentuan pengujian ini adalah jika probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari level of *signifcant* (α) maka data berdistribusi normal. Nilai *Sig.* atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi adalah normal.⁵² Dari uji normalitas dengan bantuan *software SPSS for windows Versi 16*.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas merupakan salah satu uji dari uji asumsi klasik yang merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu model regresi dapat dikatakan baik atau

⁵¹ *Ibid.*, Hlm. 97

⁵² *Ibid.*, Hlm.78

tidak. Secara konsep, multikolinearitas adalah situasi dimana terdapat dua variabel yang saling berkorelasi. Adanya hubungan diantara variabel bebas adalah hal yang tak bisa dihindari dan memang diperlukan agar regresi yang diperoleh bersifat valid. Namun, hubungan yang bersifat linier harus dihindari karena akan menimbulkan gagal estimasi (multikolinearitas sempurna) atau sulit dalam inferensi (multikolinearitas tidak sempurna).

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variable-variabel independen. Jika didalam pengujian ternyata didapatkan sebuah kesimpulan bahwa antara variable independent tersebut saling terikat, maka pengujian tidak dapat dilakukan kedalam tahapan selanjutnya yang disebabkan oleh tidak dapat ditentukannya koefisien regresi variable tersebut tidak dapat ditentukan dan juga nilai standard errornya menjadi tak terhingga.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah menguji terjadinya perbedaaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat

heteroskedastisitas jika: (1) penyebaran titik – titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik – titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 dan 3; (3) titik – titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.⁵³

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependent apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependent apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = skor keputusan anggota

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

X₁ = skor *word of mouth promotion*

X₂ = skor *excellent service*

e = *error* / variabel pengganggu

⁵³*Ibid.*, Hlm. 80

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (T – tes)

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil dari uji t dapat dilihat dari hasil output SPSS. Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} serta tingkat signifikannya (*p-value*) lebih kecil dari 10% ($\alpha : 10\% = 0,10$), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 .

b. Uji (F)

Uji (F) dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel Y dan juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Untuk menguji kebenaran hipotesis alternatif dilakukan uji F dengan rumus sebagai berikut :

$$F_{tabel} = F(k : n - k) \quad n : \text{jumlah sampel}$$

$$k : \text{jumlah variabel}$$

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel bebas (*independent variabel*) yaitu *word of mouth promotion* dan *excellent service* terhadap variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu keputusan menjadi anggota *funding*.

Rumus:

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrument sampai dengan uji koefisien determinasi, maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan *SPSS 16*.