

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah. Pada hakekatnya merupakan suatu bagian pokok dari ilmu pengetahuan, yang bertujuan untuk lebih mengetahui dan lebih mendalami segala segi kehidupan.⁵²

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, diartikan sebagai metode penelitian yang 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.⁵³ Penelitian kuantitatif bertumpu pada pengumpulan data berupa angka hasil pengukuran. Karena itu dalam penelitian ini, statistik memegang peran penting sebagai alat ukur untuk menganalisis jawaban rumusan masalah.⁵⁴

Penelitian ini menggunakan analisis asosiatif. Analisis asosiatif adalah rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁵ Hubungan variabel dalam penelitian ini adalah hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Dimana variabel

⁵² Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 2

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 11.

⁵⁴ Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya: Lembaga Kajian Agama dan Filsafat, 2006) hal. 45

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 13.

independent (X) atau variabel yang mempengaruhi meliputi etika bisnis dan pelayanan prima terhadap variabel dependent (Y) yaitu loyalitas anggota KJKS BTM Mentari Kademangan.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵⁶ Populasi yang menjadi obyek penelitian ini adalah Anggota di KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar baik nasabah penghimpun dana maupun nasabah pembiayaan.

2. Sampling

Sampling merupakan teknik pengambilan sampel penelitian⁵⁷. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terhadap berbagai teknik sampling yang digunakan. Tehnik sampling terdiri dari dua macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* merupakan tehnik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi. Sedangkan *non probability sampling* merupakan tehnik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁵⁸

⁵⁶ *Ibid.* hal.119

⁵⁷ Nur Indrianto & Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2016), hal. 124.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi ...*, hal. 121-125.

Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random*, dan area (*cluster*) *sampling* (sampling menurut daerah). Dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dimana pengambilan sampel masing – masing elemen mempunyai kemungkinan pemilihan yang sama.

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari suatu objek atau subjek 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 biasa, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi.⁵⁹ Penentuan sampel secara *random* semua anggota populasi secara individual atau kolektif diberi peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel.⁶⁰

Dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau perwakilan dari keseluruhan subyek atau obyek penelitian yang memiliki ciri – ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel yang diambil dari populasi harus benar – benar mewakili. Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan mempengaruhi keterwakilan sampel terhadap populasi.

⁵⁹ Papundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2006). hlm. 33.

⁶⁰ Suahrsimi Arikunto, *Prosedur suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal 177

Sedangkan keterwakilan populasi itu sendiri akan menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian.

Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:⁶¹

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (10% atau 0,1)

Dengan rumus *Slovin* selanjutnya dapat dihitung:

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

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0,1^2)} = \frac{300}{1 + 300(0,01)} = 75$$

Dalam penelitian ini, jumlah sampel berdasarkan dari rumus *Slovin* adalah sebanyak 75 orang dari jumlah populasi keseluruhan sebanyak 300 orang dengan presentase ketidaktelitian sebesar 10%.

⁶¹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 78.

C. Sumber Data, Sumber Variabel, dan Skala Pengukuran

Suharsimi Arikunto dalam Purwanto menjelaskan bahwa "Data adalah hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta maupun angka".⁶² Sumber data penelitian merupakan subyek dari mana data diperoleh. Jika teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data tersebut disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti.⁶³

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survey dengan kuesioner kepada nasabah/anggota KJKS BTM Mentari. Kuesioner yang disebar kepada nasabah berisi tentang etika bisnis, pelayanan prima dan loyalitas di lingkup KJKS BTM Mentari. Data sekunder berupa jumlah nasabah, struktur organisasi KJKS BTM Mentari, visi dan misi diperoleh dari dokumentasi KJKS BTM Mentari.

Menurut Hatch dan Farhady dalam Sugiyono, menyatakan bahwa "Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain".⁶⁴ Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.

⁶² Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2011), hal. 41.

⁶³ Awal Isgiyanto, *Teknik Pengambilan Sampel: Pada Penelitian Non-Eksperimental*, (Yogyakarta: Mitra Cendekia Offset, 2009), hal. 11.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 38

Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah Etika Bisnis (X_1) dan Pelayanan Prima (X^2) sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) adalah Loyalitas Anggota (Y).

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada yang digunakan dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif.⁶⁵ Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁶⁶ Dalam penelitian ini, skala penilaian yang digunakan adalah dapat dilihat pada gambar tabel berikut :

Skala Penilaian⁶⁷

Tabel 3.1 Skala Likert

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu – ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2006, hlm. 108

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013). hlm. 105.

⁶⁶ *Ibid.* hlm. 135.

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Quantitative, Qualitative, Research Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2006) hlm. 108

D. Tehnik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, kuesioner/angket dan dokumentasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu objek dengan sistematis fenomena yang diselidiki. Observasi adalah cara untuk mengumpulkan data dengan mengamati atau mengobservasi objek penelitian atau peristiwa baik berupa manusia, benda mati, ataupun alam.⁶⁸ Kuesioner disebut juga angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.⁶⁹ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa angket atau kuesioner. Instrumen penelitian berupa angket disusun dan dikembangkan sendiri berdasarkan uraian yang ada dalam kajian teori. Jumlah instrumen penelitian ini tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Sumber Pustaka
1	Etika Bisnis	a. Prinsip Otonom b. Prinsip Kejujuran c. Prinsip Keadilan d. Prinsip Saling Menguntungkan e. Prinsip Integritas Moral	Dr. A. Sonny Keraf, Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hal 74
2	Pelayanan Prima	a. Ketepatan Waktu b. Akurasi c. Kelengkapan d. Pelayanan Pribadi	Tim Pusdiklat Pegawai, "Modul Pelayanan Prima". (Jakarta: Tidak Diterbitkan. 2008). Hlm. 8.

⁶⁸ Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar ...*, hal. 87

⁶⁹ *Ibid.* hlm. 78

3	Loyalitas Anggota	<p>a. <i>Gethok tular positif</i> (Pelanggan yang puas dan loyal terhadap produk atau jasa perusahaan sangat menghargai dan bisa menjadi semacam “duta besar” perusahaan yang berpotensi menyebarluaskan pengalaman dan gethok tular positifnya kepada orang lain.)</p> <p>b. <i>One-stop shopping</i> (Pelanggan yang puas dan loyal cenderung tidak mudah berubah ke pemasok lain.)</p> <p>c. Inovasi produk dan jasa baru (Pelanggan bisa menjadi ide potensial bagi pengembangan produk dan jasa baru. Kebutuhan yang belum terpenuhi dan permasalahan yang dihadapi pada produk dan jasa saat ini, misalnya apabila di komunikasikan secara efektif, mampu memberikan inspirasi bagi organisasi jasa untuk berinovasi, setidaknya menyempurnakan kekurangan-kekurangan yang ada saat ini.)</p>	<p>Fandy Tjiptono. <i>Pemasaran Jasa</i>, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014). hlm. 380 – 388.</p>
---	-------------------	---	---

E. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data ini mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁷⁰

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 142.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Uji validitas dilakukan terhadap setiap variabel pertanyaan dari masing-masing faktor yang terdapat dalam kuisioner, yaitu dengan cara menghitung Koefisien Korelasi *Pearson* atau R hitung dari masing-masing item terhadap skor total atau nilai total yang diperoleh. Dasar pengambilan keputusan untuk uji validasi adalah sebagai berikut:⁷¹

- Apabila nilai R hitung $>$ R tabel maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan *valid*.
- Apabila nilai R hitung $<$ R tabel maka instrumen penelitian tersebut dikatakan tidak *valid*.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk responden yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner.⁷²

Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya.

Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan

⁷¹ <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html> diakses pada Maret 2018

⁷² Tim Penyusun, *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*, Program Studi Manajemen S1, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, hlm. 23.

tujuan pengukuran. Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah jika nilai *Alpha Cronbach* > R tabel maka item-item angket yang digunakan dinyatakan reliabel atau konsisten, sebaliknya jika nilai *Alpha Cronbach* < R tabel maka item-item angket yang digunakan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan *range* yang sama, maka ukuran kemantapan *Alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁷³

- 1) Nilai *Alpha Cronbach* 0,0 s.d 0,20, berarti sangat rendah
- 2) Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40, berarti rendah
- 3) Nilai *Alpha Cronbach* 0,41 s.d 0,60, berarti sedang
- 4) Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80, tinggi
- 5) Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00, sangat tinggi

Menurut Nugroho, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0.60. Dan Sayuthi menyatakan, kuesioner yang dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0.60. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.⁷⁴

⁷³ <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html> diakses pada Maret 2018

⁷⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 96

3. Uji Asumsi Klasik⁷⁵

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah model regresi, variabel atau residual berdistribusi normal.⁷⁶ Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran sehingga analisis validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, dan regresi dapat dilaksanakan. Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov test* dan dipadukan dengan *uji Normal P-P Plots* dengan perumusan sebagai berikut:

H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Pengambilan keputusan digunakan pedoman jika nilai Sig. < 0,05 maka tolak H_0 atau data berdistribusi tidak normal. Sebaliknya jika nilai Sig. > 0,05 maka terima H_0 atau data berdistribusi normal.⁷⁷

b. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.⁷⁸ Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *variance*

⁷⁵ Husaini Usman, *Pengantar Statistika*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2012). hlm. 109.

⁷⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 3*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 147

⁷⁷ <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html> diakses pada Maret 2018

⁷⁸ Iman Ghozali, *Aplikasi Analisis....*, hlm. 95

inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.⁷⁹ Dasar pengambilan keputusan pada Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:⁸⁰

Melihat nilai *Tolerance*:

- Jika nilai *Tolerance* > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai *Tolerance* < 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas.

Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

- Jika nilai VIF < 10,0 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai VIF > 10,0 maka artinya terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian 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; serta (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.⁸¹ Untuk uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* dasar pengambilan keputusannya adalah apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi

⁷⁹ *Ibid.* hlm. 11

⁸⁰ <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html> diakses pada Maret 2018

⁸¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hal. 36.

heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*).⁸² Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan variabel bebas yaitu Etika Bisnis (X1) dan Pelayanan Prima (X2) terhadap variabel terikat Loyalitas Anggota (Y). Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

4. Uji Hipotesis

a. Uji secara parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan masing-masing variabel *independent* secara individual terhadap variabel *dependent*. Dasar pengambilan keputusan Uji T Parsial adalah sebagai berikut:⁸³

Berdasarkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel}

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

⁸² Ferdinand Agusty, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 198.

⁸³ <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html> diakses pada Maret 2018

Berdasarkan nilai signifikansi

- Jika nilai sig. < 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
- Jika nilai sig > 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji secara bersama-sama (Uji F)

Uji F dilakukan untuk membuktikan apakah variabel – variabel bebas (X) secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). dasar pengambilan keputusan dalam Uji F adalah sebagai berikut:⁸⁴

Berdasarkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel}

- Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel terikat.
- Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas secara bersama – sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berdasarkan nilai nilai signifikansi hasil *output* SPSS

- Jika nilai sig < 0,05 maka variabel bebas secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika nilai sig > 0,05 maka variabel bebas secara bersama – sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

⁸⁴ <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html> diakses pada Maret 2018

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan atau kontribusi variabel bebas (*independent*) menjelaskan variabel terikat (*dependent*) yang dilihat melalui *Adjust R*.

Rumus yang digunakan adalah:

$$\mathbf{R^2 = r^2 \times 100}$$

R^2 = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi