

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang memahami suatu fenomena dengan menggunakan data dan melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang mempermudah pembuat keputusan di dalam melakukan analisis kejadian yang diamati untuk menemukan jawaban atas persoalan atau pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi (Kuncoro, 2007 : 1).

B. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah nasabah tabungan mabrur yang ada di Bank Syariah Mandiri KC Rengat dengan alamat Jl. Sultan No. 50, Kampung besar kota, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Propinsi Riau. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan mabrur Bank Syariah Mandiri KC Rengat.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Iqbal (2008 : 82) Populasi merupakan jumlah keseluruhan objek penelitian. Populasi juga merupakan sekelompok orang yang dapat dijadikan sebagai subjek suatu penelitian. Populasi juga biasanya disebut sebagai kumpulan dari beberapa sampel-sampel. Dalam hal ini yang menjadi populasi yaitu seluruh nasabah tabungan mabrur Bank Syariah Mandiri KC Rengat.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian-bagian dari suatu populasi. Atau sampel juga dapat disebut objek yang dapat digunakan untuk penelitian secara langsung. Menurut Abdillah (2014:35) sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu, yaitu teknik sampling. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *accidental sampling* yaitu teknik memilih secara kebetulan yang dengan sengaja memilih sampel kepada siapapun yang ditemuinya atau *by accident* pada tempat, waktu, dan cara yang telah ditentukan (Sukardi, 2003 : 63). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu nasabah yang menggunakan produk tabungan mabrur BSM. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan rumus slovin :

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan

$$n = \frac{1080}{1 + 1080 (0,1)^2}$$

$$n = 91,5254237288$$

berdasarkan data yang diperoleh, jumlah nasabah tabungan mabrur Bank Syariah Mandiri KC Rengat pada 5 tahun terakhir yaitu sebanyak 1080 nasabah. Jumlah sampel dalam penelitian ini setelah dihitung berdasarkan rumus slovin, maka

jumlah sampel nya adalah sebanyak 91,5254237288 yang dibulatkan menjadi 91 orang nasabah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan kualitas data yang valid, maka metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti. Metode observasi juga dapat dikatakan sebagai cara untuk mengumpulkan data dengan cara pencatatan secara cermat dan sistematis. (Sugiyono, 2013 : 89)

2. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2013 : 96) kuisisioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Dengan adanya kuisisioner ini penulis mendapatkan informasi yang relevan dengan penelitian yang tingkat keabsahannya dapat dipercaya. Penulis memberikan kuisisioner langsung dengan beberapa nasabah BSM KC Rengat untuk menjawab persoalan-persoalan atau informasi yang penulis butuhkan.

E. Jenis dan Sumber data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer ini sendiri didapatkan dari sumber datanya yaitu dengan mengumpulkan data secara langsung. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara, dan penyebaran. Sumber data yang dipergunakan untuk menyusun penelitian ini terdiri dari:

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil penelitian terhadap nasabah Bank Syariah Mandiri KC Rengat.
- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen-dokumen serta literature yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

F. Definisi Operasional Variable Penelitian

Dalam penelitian, definisi operasional variable biasanya dapat berupa definisi atribut operasional yang digunakan sebagai spesifikasi dalam menyusun pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuisisioner penelitian berdasarkan dari indikator operasional variabel penelitian. Adapun beberapa indikatornya akan dijelaskan dibawah ini:

1. Variabel Independent

Variabel independen merupakan variabel yang data mempengaruhi variabel lainnya atau disebut juga sebagai variabel bebas. Dalam penelitian ini ada empat variabel independe, yaitu:

- a. Teistis (*Rabbaniyyah*)

Teistis (*Rabbaniyyah*) merupakan sikap seorang marketer yang berarti seorang tersebut meyakini bahwa segala macam bentuk bisnis atau muamalah yang dilakukan selalu diawasi oleh Allah SWT. Dalam variable ini adalah persepsi konsumsi mengenai kualitas marketing dalam memasarkan produknya yang dijabarkan dengan indikator-indikator (Ahmad, 2014) berikut ini :

1. Bersikap terbuka dalam memasarkan produk.
2. Bersedia untuk tidak ingkar janji.

3. Menjelaskan secara detail mengenai produk.

b. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Etis merupakan sikap pemasaran yang sangat mengedepankan nilai moral dan etika, tidak membedakan agama. Sehingga untuk meyakinkan nasabahnya, seorang marketer wajib memegang teguh sikap ini. Dengan begitu nasabah pun akan memberikan kepercayaannya. Variable ini adalah persepsi konsumsi mengenai kualitas marketing dalam memasarkan produknya yang di jabarkan dengan indikator-indikator (Ahmad, 2014) berikut ini :

1. Bersikap sopan dan santun dalam memasarkan produk.
2. Dalam menawarkan produk dapat bersikap rendah hati.
3. Berkomunikasi menggunakan bahasa yang sopan.

c. Realistis (*Al Waqi'iyyah*)

Seorang marketer yang baik dan sesuai dengan aturan syariah adalah ia yang menjaga penampilannya untuk Allah dan orang lain. Sehingga dalam berpenampilan ia terlihat baik dan menarik di mata nasabahnya. Tak hanya baik dalam berpenampilan, sikap realistis juga menggambarkan nilai-nilai religiousitas dan kejujuran dalam segala aktivitasnya, termasuk dalam aktivitas pemasaran kepada nasabah. variable ini adalah persepsi konsumsi mengenai kualitas marketing dalam memasarkan produknya yang di jabarkan dengan indikator-indikator (Ahmad, 2014) berikut ini :

1. Bersedia berpenampilan menarik, rapi, dan bersih.
2. Bersikap professional dalam proses penawaran produk.

3. Bertegur sapa saat bertemu nasabah.

d. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Humanistis adalah salah satu sifat yang wajib dimiliki seorang marketer, karena sifat ini diciptakan untuk saling mengangkat derajat sesama manusia yaitu dengan tidak membeda-bedakan. Dengan adanya sifat humanistis dalam diri seorang marketing maka kecil kemungkinan untuk munculnya pemikiran menghalalkan segala cara dalam bermuamalah. Adapun variable ini adalah persepsi konsumsi mengenai kualitas marketing dalam memasarkan produknya yang di jabarkan dengan indikator-indikator (Ahmad, 2014) berikut ini :

1. Bersikap adil, tidak membeda-bedakan nasabah dalam memasarkan produk.
2. Bersedia membantu nasabah yang mengalami kesulitan saat penawaran produk.
3. Memiliki tingkat kepedulian yang tinggi.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Rengat.

Kepuasan nasabah dapat diketahui berdasarkan tingkat perasaan konsumen/nasabah setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah melakukan perbandingan kinerja yang sudah dirasakan dan dibandingkan dengan harapannya. Berikut ini indikator kepuasan nasabah (Ahmad, 2014) yaitu:

1. Produk yang disediakan sesuai kebutuhan.
2. Ketersediaan untuk merekomendasikan.
3. Dorongan untuk menggunakan produk yang sama.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas merupakan petunjuk sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur atas apa yang ingin diukur. Dalam suatu penelitian yang melibatkan variabel yang tidak bisa diukur secara langsung, masalah validitas tidak sederhana, yang didalamnya akan menyangkut penjelasan konsep dari tingkat teoritis sampai empiris. Adapun nilai signifikan dalam uji validitas ini adalah $\leq \alpha$ atau taraf signifikan uji validitas ini sebesar 5% (0,05), uji validitas ini dilakukan setelah responden mengisi kuisioner dan peneliti sudah mendapatkan data yang dirasa cukup. (Siregar, 2012 : 46).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2012 :55) Reliabilitas merupakan suatu alat uji untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dan dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Dalam mengukur reliabilitas suatu instrument ada beberapa teknik yang dapat digunakan. Namun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik Alpha Cronbach. Teknik Alpha Cronbach ini digunakan

untuk menentukan apakah instrument yang di teliti tersebut reabel atau tidak, hal ini dapat dilihat dari skala jawaban responden. Adapun kriteria instrument penelitian ini dapat dikatakan reliable apabila koefisien reliabilitasnya (r_{11}) > 0,7.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji Multikolinieritas yaitu untuk menguji apakah ada kolerasi antar variable independen dalam regresi. Model pengujian yang baik seharusnya terjadi korelasi antara variable bebas yang terdapat didalamnya. (Ghazali, 2013 : 56). Untuk melihat ada tidaknya multikolinieritas pada suatu penelitian dapat dilihat dari analisis matrik korelasi variable-variabel bebas dan nilai-nilai toleransi serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi kurang dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

2) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi ini bertujuan untuk melihat adanya model regresi linier yang digunakan dalam penelitian memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t, dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Dalam melakukan pengujian Autokorelasi biasanya menggunakan uji Durbn-Watson.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari Uji Heteroskedastisitas yaitu untuk menguji terjadinya ketidaksamaan varians dalam mode regresi. Apabila varians tetap disebut homoskedastisitas, dan apabila varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Untuk melihat adanya atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu penelitian dapat dilihat dari pola titik-titik pada scatterplots regresi. Apabila titik-titik tersebut menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghazali, 2013 : 139)

4) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable terkait dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah data yang diteliti normal atau tidaknya, dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat normal probability plot, ketika titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, maka data tersebut layak untuk dipakai karena telah memenuhi asumsi normalitas (Ghazali, 2006 : 76)

4. Regresi linier berganda

Regresi berganda merupakan hasil pengembangan regresi linier sederhana, yaitu suatu alat yang sama-sama dapat digunakan sebagai prediksi permintaan masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu sehingga dapat diketahui pengaruh antara variable bebas (independen) dengan variable tak bebas

(dependen). Adapun rumus regresi linier berganda menurut Siregar (2012) yaitu

:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dimana :

Y = Variabel Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien kolerasi ganda

X_1 = variable bebas pertama (Teistis)

X_2 = variable bebas kedua (Etis)

X_3 = variable bebas ketiga (Realistis)

X_4 = variable bebas keempat (Humanistis)

a dan b_1 serta b_2 = konstanta

Dalam pengujian menggunakan regresi linier berganda ini dibantu dengan menggunakan SPSS 16.0 sehingga memudahkan dalam pengukuran atau perhitungan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Untuk melakukan uji Regresi linier berganda dengan menggunakan uji signifikansi, yaitu dengan alat uji signifikansi secara parsial (T-test) dan uji signifikansi secara simultan (F-test).

1. Uji signifikansi secara parsial (T-test) rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

Ho: $P=0$ (tidak ada pengaruh antara variable X terhadap variable Y)

Ho: $P\neq0$ (ada pengaruh antara variable X terhadap variable Y)

Kriteria P value :

- a. Jika $P > 5\%$ maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0) atau H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variable independent terhadap variable dependent.
- b. Jika $P < 5\%$ maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) atau H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variable independent terhadap variable dependent.

2. Uji signifikansi secara simultan (Uji F-test), adapun rumusannya sebagai berikut :

$H_0: P = 0$ (tidak ada pengaruh antara variable X_1, X_2 , terhadap Y)

$H_a: P \neq 0$ (ada pengaruh antara variable X_1, X_2 , terhadap Y)

Kriteria P value :

- a. Jika $P > 5\%$ maka hipotesis nol (H_0) diterima
- b. Jika $P < 5\%$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak