

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil Wonosari, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai lokasi observasi dan penyebaran kuesioner. Subjek dalam penelitian ini merupakan masyarakat Wonosari yang menjadi anggota BMT UMMAT Kabupaten Gunungkidul.

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu data jenis primer dan sekunder. Pertama, data primer merupakan data kualitatif yang didapat secara langsung melalui observasi lapangan dan penyebaran kuesioner. Data sekunder merupakan data kuantitatif yang didapat dari berbagai sumber yang sudah ada di lembaga-lembaga terkait. Data sekunder tersebut dijadikan sebagai data penguat dan pendukung dalam penelitian ini. Data sekunder juga diperoleh dari buku RAT KSPPS BMT UMMAT, internet, dan media cetak lain.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dilakukan secara langsung ke setiap anggota yang ada di BMT UMMAT. Terdapat macam pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses dimana dua orang atau lebih melakukan interaksi tanya jawab secara

langsung dan dapat melihat muka secara langsung. Percakapan itu dilakukan oleh pewawancara (seseorang yang mengajukan pertanyaan) dan diwawancarai (seseorang yang memberikan jawaban atas pertanyaan).

2. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik untuk mengumpulkan data. Peneliti terjun ke lokasi secara langsung ke objek penelitian guna melihat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004).

3. Kuesioner

Kuisisioner merupakan teknik untuk mengumpulkan informasi untuk mendapatkan suatu data yang memberikan pertanyaan kepada responden. Responden sekiranya dapat memberikan jawaban yang baik kepada peneliti.

Ada beberapa fungsi kuisisioner antara lain:

- a. Untuk mengumpulkan informasi guna penyusunan data.
- b. Untuk menjamin validitas informasi yang didapatkan dengan teknik lain.
- c. Untuk mengambil sampel sikap, pendapatan dan responden.

Data yang digunakan adalah sebagai dasar dalam penelitian ini sebagai dasar untuk menguji hipotesis yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari subyek yang diteliti. Pengukuran variabel-variabel menggunakan instrument atau kuesioner yang berbentuk pertanyaan tertutup serta diukur dengan menggunakan skala linkert dengan skor 1 s/d

5. Responden diminta untuk memberikan pendapat dari setiap butir pertanyaan mulai dari “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”.

Skor untuk setiap pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
2. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
3. Netral (N) diberi skor 3
4. Setuju (S) diberi skor 4
5. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner, data dari masing-masing kuesioner dikumpulkan, dan skor dijumlahkan dan diolah dengan bantuan *Statistical Product And Service Solution (SPSS)*. Perhitungan skor pada setiap jawaban responden akan dihitung untuk mengetahui persentase (%) dan frekuensinya.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, dimana data yang dijadikan sampel harus memiliki kriteria sesuai dengan kebutuhan penelitian.

1. Populasi Penelitian

Dalam penelitian ini populasi ditentukan berdasarkan dari jumlah anggota keseluruhan BMT UMMAT yang berada di Gunungkidul, DIY. Berdasarkan data terbaru dari laporan rapat anggota tahunan

(RAT) KSPPS BMT UMMAT jumlah anggota yang terdaftar ada 5,116 anggota.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian atau yang mewakili populasi yang diteliti (Arikunto, 2002). Dalam penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, artinya tidak semua populasi dijadikan objek penelitian. Responden yang dijadikan sasaran adalah responden yang memenuhi kriteria seperti yang telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Pengambilan sampel diambil sedemikian rupa agar sampel yang digunakan dalam penelitian bisa menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Kriteria responden yang diperlukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Anggota BMT UMMAT Wonosari
- b. Menetap di kabupaten Gunungkidul, DIY
- c. Sudah menggunakan setidaknya satu produk BMT UMMAT.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dari total populasi menggunakan rumus Slovin dimana:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

α = Batasan toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang bisa ditoleransi untuk penelitian ini adalah sebesar 10% dengan taraf kepercayaan 90%. Tingkat kesalahan 10% sampel sudah menggambarkan atau mewakili populasi. Maka sampel terhitung:

$$n = \frac{5116}{(1+5116 \times 0,1^2)} = 98,082$$

Dibulatkan menjadi 100 responden.

E. Definisi Variabel

Penelitian ini mempunyai variabel dependen (variabel terikat) yaitu Keputusan untuk menjadi anggota BMT (Y).

1. Variabel independen (variabel bebas) yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Promosi (X1) dalam hal ini merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan atau lembaga tertentu termasuk lembaga keuangan dalam membujuk konsumennya agar tertarik untuk menggunakan produk-produknya. Dengan cara menonjolkan produk dan jasa yang dimilikinya. Menurut Asnawi dan Masyhuri (2011) pengetahuan promosi adalah salah satu sarana pemasaran perusahaan yang bertujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal secara luas oleh pihak konsumen, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.

b. Pelayanan (X2) dalam hal ini merupakan *tangible* dan *responsive*. *Tangible* berupa fasilitas yang disediakan seperti ruang tunggu dan

tempat parkir, sedangkan *responsive* berupa pelayanan yang diberikan memberikan informasi yang cukup jelas dan keramahan karyawan. Menurut Tho'in (2011) bahwa pelayanan lebih berfokus pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan berpusat pada usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal.

c. **Motivasi (X3)** dalam hal ini merupakan suatu dorongan atau alasan yang menjadi dasar semangat untuk bergabung menjadi anggota BMT dan seberapa besar pengaruh untuk manfaat sesudahnya. Schiffman dan Leslie (2010) motivasi digambarkan sebagai dorongan dari dalam diri individu seseorang dan memaksa dia untuk berbuat. Dorongan ini dihasilkan oleh tekanan yang muncul akibat dari satu kebutuhan yang tidak terpenuhi. Disimpulkan dari ketiga pendapat para pakar diatas, ternyata terdapat korelasi antara motivasi dan kebutuhan. Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi menimbulkan dorongan agar kebutuhan seseorang terpenuhi.

d. **Profitabilitas (X4)** dalam hal ini merupakan seberapa besar keuntungan atau profit yang diketahui oleh anggota perusahaan

atau lembaga lain. Profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan (Brigham, 2001). Untuk dapat menjaga kelangsungan hidupnya, suatu perusahaan haruslah berada dalam keadaan menguntungkan. Profitabilitas merupakan ukuran spesifik dari *performance* sebuah bank atau lembaga keuangan, yang merupakan tujuan dari manajemen perusahaan dengan memaksimalkan nilai dari para pemegang saham, optimalisasi dalam berbagai tingkat return, dan meminimalisir resiko yang ada.

- e. **Aksesibilitas** (X5) dalam hal ini merupakan kemudahan jarak dan lokasi kantor yang jika sewaktu-waktu anggota dapat menggunakan jasa BMT UMMAT. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi menurut Lupiyoadi (2001), yaitu: (1) Konsumen mendatangi pemberi jasa; Lokasi menjadi sangat penting dengan kata lain lokasi harus strategis; (2) Pemberi jasa mendatangi konsumen; Lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa tetap berkualitas dan profesional; (3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung; Lokasi menjadi sangat tidak penting asalkan komunikasi antar kedua belah pihak dapat terlaksana.
- f. **Kualitas produk** (X6) dalam hal ini merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan dan keistimewaan produk dan jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan atau lembaga lain termasuk

BMT. Sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen adalah produk. Produk digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian (Kasmir, 2002).

F. Uji Kualitas Data dan Uji Hipotesis Data

Dalam suatu penelitian untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya, maka harus menggunakan teknik analisis yang akurat yang bertujuan agar kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan.

1. Uji Instrumen Data

Pengujian dan pengukuran komitmen suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai peneliti dalam pengujian tersebut. Suatu data penelitian tidak akan berguna atau akurat jika instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *reliability* atau tingkat keandalan dan *validity* atau tingkat kebenaran/keabsahan yang tinggi. Pengujian pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

2. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur salah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005).

Uji validitas merupakan alat untuk mengukur seberapa nyata suatu pengujian atau instrumen. Uji signifikansi tersebut adalah untuk membandingkan suatu korelasi yaitu antara nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Jika besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing-masing variabel melebihi nilai signifikan, maka dapat dinyatakan bahwa pertanyaan tersebut dinilai tidak valid (tidak lolos uji validitas).

Dalam mengambil keputusan tersebut yaitu berdasarkan nilai *p value* atau nilai signifikansi kurang dari 0,5 atau 5%, maka dapat dinyatakan item pertanyaan tersebut valid. Jika nilai *p value* atau nilai signifikansi sama dengan atau lebih dari 0,05 (5 persen) dinyatakan tidak valid atau tidak lolos uji validitas.

Menurut (Widiyanto, 2010), koefisien korelasi untuk uji validitas dapat dilakukan dengan rumus Correlation Product moment sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

- X = skor item
- Y = skor total
- N = banyaknya subjek

3. Uji Reabilitas

Uji reabilitas yakni uji untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor atau skala pengukuran dimana suatu kuesioner dapat dinyatakan *reliable* atau handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \left(\frac{K}{K - 1} \right) \left(\frac{S_r^2 - \sum S_i^2}{S_x^2} \right)$$

Keterangan:

- α = koefisien reabilitas Alpha Cronbach
- K = jumlah item pertanyaan yang diujikan
- $\sum S^2$ = jumlah varians skor item
- Sx^2 = varians skor-skor tes (seluruh item K)

Dalam penelitian ini, untuk mengukur reliabilitas pengamatan yang diuji yaitu menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Adapun ketentuannya yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai Cronbach Alpha 0,00 s.d 0,20 artinya sangat rendah
- b. Nilai Cronbach Alpha 0,21 s.d 0,40 artinya rendah
- c. Nilai Cronbach Alpha 0,41 s.d 0,60 artinya cukup

- d. Nilai Cronbach Alpha 0,61 s.d 0,80 artinya tinggi/reliable
- e. Nilai Cronbach Alpha 0,81 s.d 1.00 artinya sangat tinggi

Sebuah faktor dinyatakan *reliable* atau handal apabila koefisien Alpha lebih besar dari 0,060. Pada saat nilai *Alpha Cronbach (a)* lebih besar dari 0,060 maka data penelitian dianggap sangat baik dan *reliable* untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisisan data guna mengetahui hipotesis penelitian (Ghozali, 2005).

G. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah Analisis Regresi Berganda.

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis yang digunakan yaitu mengacu pada rumusan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor promosi, pelayanan, motivasi, profitabilitas, aksesibilitas dan kualitas produk terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT di Wonosari. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dengan menggunakan alat analisis *Ordinary Least Square (OLS)*.

(Gujarati, 2006), mendefinisikan analisis regresi sebagai kajian terhadap hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan dengan satu atau dua variabel yang menerangkan. Variabel pertama disebut juga sebagai variabel tergantung dan variabel kedua disebut juga sebagai variabel bebas. Jika variabel bebas lebih dari satu,

maka analisis regresi disebut regresi linear berganda. Disebut berganda karena pengaruh beberapa variabel bebas akan dikenakan kepada variabel tergantung. Dalam penelitian ini, model linear yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_6 X_6 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan

X₁ = Promosi

X₂ = Pelayanan

X₃ = Motivasi

X₄ = Profitabilitas

X₅ = Aksesibilitas

X₆ = Kualitas Produk

$\beta_1 - \beta_6$ = Besaran parameter yang akan diduga

ε = Residual/error

2. Deteksi Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi, metode pada umumnya terdapat dua metode estimasi, yaitu *Ordinary Least Square (OLS)* dan metode *Maximum Likelihood (ML)*. Akan tetapi, metode yang paling banyak digunakan adalah metode *Ordinary Least Square (OLS)* untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*. Metode deteksi asumsi klasik terdapat beberapa asumsi untuk mengukur variabel. Yaitu menggunakan uji normalitas, heteroskedastitas, dan multikolinearitas. Apabila dalam metode ini terpenuhi berarti memiliki sifat *Best Linears*. Metode *Ordinary Least*

Square (OLS) ini digunakan dengan bantuan *software SPSS* (Mudjarad, 2007).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan data yang telah dikumpulkan tersebut berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak terlalu rumit. Apabila data yang digunakan dalam penelitian lebih dari 30 data/angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan bahwa data tersebut berdistribusi normal yang biasa dikatakan sebagai sampel besar (Basuki, 2014). Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kormogorov-Smirnov*. Apabila uji *Kormogorov-Smirnov* menunjukkan tingkat signifikansi lebih dari 0,05, maka data tersebut dikatakan terdistribusi normal.

4. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastitas digunakan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi. Dimana dalam model regresi seharusnya tidak terjadi adanya heteroskedastitas. Metode uji heteroskedastitas dilakukan dengan cara meregresikan nilai *absolute residual* dengan variabel *independent* dalam model regresi. Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastitas, salah satunya yaitu menggunakan cara *Uji Glajser*, merupakan uji hipotesis untuk mengetahui apakah model

regresi memiliki indikasi heteroskedastitas dengan cara meregres *absolute residual*.

5. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu salah satu dari uji asumsi klasik yang merupakan model regresi yang dapat mengidentifikasi pengujian dapat dikatakan baik atau tidak. Untuk dapat mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005):

- a. Yaitu dengan cara membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (regresi parsial). Kriteria pengujian sebagai berikut :
 - 1) $r^2 > R^2$ maka terjadi multikolinieritas
 - 2) $r^2 < R^2$ maka tidak terjadi multikolinearitas
- b. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari 1) nilai *tolerance* dan lawannya, 2) *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana, setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan tidak terdapat gejala

gangguan multikolinieritas adalah nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10. Terdapat gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF. Nilai VIF dapat diperoleh dari persamaan sebagai berikut :

$$\text{VIF} = \frac{1}{1 - R^2}$$

Keterangan :

R^2 : koefisien determinasi dari regresi variabel bebas ke-j dengan variabel bebas lainnya

H. Uji Hipotesis

1. Pengujian Secara Serentak (Uji F)

Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independent secara simultan yang terpapar pada tabel olahan ANOVA, dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

- a. H_0 Variabel independent tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.
- b. H_1 Variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.
- c. Dengan ketentuan jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka artinya tidak berpengaruh secara signifikan. Namun apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka artinya berpengaruh secara signifikan.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 atau koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengukur besarnya persentase variasi variabel independent pada model regresi

linear berganda dalam menjelaskan variasi variabel dependent. R^2 digunakan untuk mendekteksi ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi ini, dengan cara membandingkan besarnya nilai R^2 . Jika R^2 semakin mendekati satu maka model semakin baik. Jika menggunakan linear berganda, maka yang dilihat adalah besarnya nilai *Adjusted R²*.

3. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual atau pun parsial dalam menerangkan variasi variabel dependent (Ghozali, 2005). Hipotesis yang dipakai adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$, diduga variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependent.

$H_1 : b_1 > 0$, diduga variabel independen mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependent.

Dalam menerima dan menolak hipotesis yang diajukan dengan melihat hasil output SPSS, ketika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.