

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017: 13) metode penelitian kuantitatif adalah 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, terhadap tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2017 : 34)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari lapangan atau laboratorium, dikumpulkan, diolah oleh organisasi, atau perorangan. Data ini dapat diperoleh melalui wawancara, angket, maupun observasi. Data primer ini merupakan data atau informasi yang diambil secara langsung dari subjek penelitian yang dikumpulkan melalui penelitian lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh suatu organisasi atau perorangan dari pihak lain. Data ini tidak langsung diperoleh. Data ini diperoleh dari bacaan, seperti koran , buku atau dari bahan bacaan lainnya di perpustakaan. Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan di BMT KJKS AI – Falah Batanghari dengan obyek nasabah. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan

angket kuisisioner dengan melakukan survei kepada beberapa nasabah KJKS AI – Falah Batanghari.

C. Metode Penelitian

1. Konseptual Variabel

Variabel konseptual adalah variabel yang sifatnya konstruk seperti sikap, motivasi, kreativitas, gaya kepemimpinan, konsep diri, kecemasan, dan lain-lain, serta variabel yang sifatnya konten atau bersifat pengetahuan, yaitu berupa penguasaan responden terhadap seperangkat konten atau pengetahuan yang semestinya dikuasai atau diujikan dalam suatu tes atau ujian (Djali dan Pudji Mulyono). Pada penelitian ini telah ditentukan 2 variabel, yaitu variabel bebas atau independen (X) dan variabel terikat atau dependen (Y).

a. Variabel Edukasi Masyarakat (X1)

- 1) Definisi Konseptual : Edukasi atau disebut juga dengan pendidikan merupakan segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan dengan pendekatan Aspek Kognitif, Aspek Sosial, dan Aspek Spiritual / Keagamaan.
- 2) Definisi Operasional : Edukasi atau disebut juga dengan pendidikan merupakan segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan dengan pendekatan Aspek Kognitif, Aspek Sosial, dan Aspek Spiritual / Keagamaan yang diukur menggunakan skala likert atau kuisisioner.

b. Variabel Promosi Produk (X2)

- 1) Definisi Konseptual : Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan/atau mengingatkan sasaran pasar atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan dengan pendekatan Promosi Penjualan, Kehumasan, dan Pemasaran Langsung.

- 2) Definisi Operasional : Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan/atau mengingatkan sasaran pasar atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan dengan pendekatan Promosi Penjualan, Kehumasan, dan Pemasaran Langsung yang diukur menggunakan skala likert atau kuisisioner.

c. Variabel Pelayanan (X3)

- 1) Definisi Konseptual : Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan, ditujukan organisasi menyangkut kebutuhan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menggunakan pendekatan melalui Personel, Tanggung Jawab, Berkomunikasi, dan Pengetahuan kemampuan.
- 2) Definisi Operasional : Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan, ditujukan organisasi menyangkut kebutuhan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menggunakan pendekatan melalui Personel, Tanggung Jawab, Berkomunikasi, dan Pengetahuan kemampuan yang diukur menggunakan skala likert atau kuisisioner.

d. Variabel Kepercayaan Nasabah (Y)

- 1) Definisi Konseptual : Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya dengan menggunakan pendekatan melalui Kemampuan, Kebaikan Hati, dan Integritas.
- 2) Definisi Operasional : Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa

kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya dengan menggunakan pendekatan melalui Kemampuan, Kebaikan Hati, dan Integritas yang diukur menggunakan skala likert atau kuisioner.

Tabel 3.1. Nomor, Variabel, Indikator, No.Item

No	Variabel	Indikator	No. Item
1.	Edukasi Masyarakat (X1)	Aspek Kognitif	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
		Aspek Sosial	9, 10, 11, 12, 13
		Aspek Keagamaan	14, 15, 16, 17, 18, 19, 20
2.	Promosi Produk (X2)	Promosi Penjualan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
		Kehumasan	11, 12, 13, 14, 15, 16
		Pemasaran Langsung	17, 18, 19, 20
3.	Pelayanan (X3)	Personel	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
		Tanggung jawab	10, 11, 12, 13, 14
		Berkomunikasi	15, 16, 17
		Pengetahuan dan kemampuan	18, 19, 20
4.	Kepercayaan (Y)	Kemampuan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
		Kebaikan hati	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
		Integritas	17, 18, 19, 20

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017 : 80) “populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek, atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian akan dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah KJKS AI – Falah Batanghari yang berjumlah 781 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Populasi itu misalnya penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai/karyawan pada organisasi tertentu, jumlah mahasiswa tertentu dan sebagainya (Sugiyono, 2016:149). Dalam penelitian ini akan menggunakan penelitian *accidental sampling*, (Sugiyono, 2016:85) yaitu : teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan / asendental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Setelah melakukan penelitian dengan teknik *accidental sampling* peneliti memperoleh sampel sebanyak 50 nasabah yang melakukan transaksi pada KJKS AI – Falah Batanghari.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian – kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena – fenomena yang diminati. Metode observasi dapat dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur, tersembunyi, atau terang – terangan.

Tika (2006, 58) menyebut bahwa metode observasi adalah cara dan tehnik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena dan pencatatan. dengan menggunakan metode ini, observasi dilakukan peneliti dengan melakukan pengamatan langsung terhadap proses pengelolaan manajemen di KJKS AI – Falah Batanghari.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah bentuk kegiatan pemerolehan informasi dengan cara melakukan proses tanya jawab antara penanya dengan narasumber atau sumber informasi (Erwan Juhara,dkk.,2005 : 97). Kalimat yang digunakan untuk wawancara haruslah singkat, jelas, serta mengarah pada hal – hal yang penting dan tidak bertele – tele.

Setelah wawancara dilakukan, ada hal- hal penting yang perlu diperhatikan antara lain :

- Mencatat hasil wawancara dengan cepat, singkat, dan tepat.
- Membahas dan memadukan hasil wawancara, yaitu dengan memilah – milah hal penting dan tidak penting.
- Menulis laporan hasil wawancara dengan bahasa yang baik dan lugas.

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan–pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana, 2008 :180). Di dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terbuka yaitu mengenai materi tanya jawab guna memperoleh data yang dibutuhkan. Adapun objek penelitian yang dilakukan yaitu : karyawan serta nasabah KJKS AI – Falah Batanghari.

3. Metode Dokumentasi

Di dalam KBBI, dokumentasi diartikan sebagai pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan, pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain). Mamik (2015 : 92) menyatakan bahwa dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya tertulis, di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian menyelidiki benda – benda tertulis seperti buku – buku, majalah, dokumen peraturan – peraturan, notulen rapat, dan sebagainya.

Metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal – hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Didandingkan dengan metode lain, metode ini

agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya mmasih tetap, belum berubah (Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, 2015 : 77-78). Dengan metode dokumentasi ini peneliti mengumpulkan data dan referensi yang akurat dengan mencari data-data dalam pembahasan penelitian ini, yaitu dapat berupa buku-buku atau dokumentasi mengenai sangkut pautnya dengan sistem manajemen KJKS AI – Falah Batanghari.

4. Angket / Kuesioner

Angket atau kuisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang ditunjukkan kepada responden untuk dijawabnya (Zainatul, 2020). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden (Burhan Bungin, 2006 : 133). Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner atau angket. Penilaian ini menggunakan angket terhadap beberapa alternatif sebagai mana tertuang pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2 Nilai dan Kategori Jawaban Kuisioner

No	Alternatif	Keterangan	Nilai
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak setuju	TS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

E. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

Sehubungan dengan masalah yang ada dalam penelitian ini, maka akan dilakukan analisis berdasarkan data yang diperoleh dengan menggunakan alat analisis sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan angket / kuesioner. Untuk menemukan validitas, maka harus mengkolerasikan skor dari setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Kemudian, jika memilih koefisien korelasi lebih dari 0,3 maka dinyatakan valid namun jika koefisien korelasinya di bawah dari 0,3 maka uji validitas dinyatakan tidak valid. Untuk menemukan nilai korelasi ini, maka penulis menggunakan rumus Pearson Product Moment, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total dari y

n = jumlah banyaknya subjek

Angka yang didapatkan harus dibandingkan dulu dengan standar nilai korelasi validitas. Nilai standar dari validitas adalah sebesar 0,3, jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada nilai standar maka pertanyaan tersebut valid atau signifikan (Sugiyono, 2017 : 125).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. (Sugiyono, 2017:130). Pengukuran reliabilitas bisa dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja dengan alat bantu IBM SPSS 25 Uji statistik Croanbach Alpha (α).

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya item pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = jumlah varian butir

σ_1^2 = jumlah varian total

Menurut Noor, (2017: 164) suatu konstruk/ variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Croanbach Alpha > 0,06.

Tabel 3.3 Kriteria Reliabilitas Tes

Angka Korelasi	Kualifikasi
0,810 – 1,000	Sangat tinggi
0,610 - 0,800	Tinggi
0,410 - 0,600	Cukup
0,210 - 0,400	Rendah
Negative – 0,200	Sangat rendah

Sumber data: Diinterpretasikan menurut Arikunto (2011: 75)

Dengan demikian dapat diketahui tingkat reliabilitas angket / kuisioner apakah reliabilitasnya sangat tinggi, tinggi, cukup, rendah, dan sangat rendah.

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, jika data berasal dari distribusi yang normal, jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternative yang digunakan adalah statistic non parametric (Suwanto, 2019: 31). Menurut Ghozali, (2007: 110) uji normalitas adalah “suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui sebuah model regresi yaitu variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak”. Dasar pengambilan keputusan:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Chi-square seringkali digunakan oleh para peneliti sebagai alat uji normalitas (Anwar Hidayat : 2013).

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Rumus Uji Normalitas dengan Chi-Square
Keterangan :

X²= Nilai X²

O_i= Nilai observasi

E_i= Nilai expected / harapan, luasan interval kelas berdasarkan tabel

normal dikalikan N (total frekuensi) (p_i x N)

N = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Tets For Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,05. Suwanto (2019: 33).

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Uji dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis independent sampels T *Tes dan One Way ANOVA*. Asumsi yang mendasar dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kretria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua variabel atau lebih kelompok data adalah sama. Suwanto (2019: 37).

3. Uji Persamaan

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk seberapa berpengaruh variabel edukasi masyarakat, promosi produk BMT, dan pelayanan terhadap kepercayaan nasabah menabung di KJKS AI – Falah Batanghari. Analisis untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas secara parsial/tunggal dan simultan/bersama-sama terhadap variabel terikat adapun rumusnya sebagai berikut (J. Supranto, 2009 : 239) :

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

Keterangan :

a = Konstanta

n = Jumlah Data

X₁ = Edukasi Masyarakat

X₂ = Promosi Produk BMT

X₃ = Pelayanan

Y = Kepercayaan Nasabah

b₁ = Koefisien Regresi X₁ terhadap Y

b₂ = Koefisien Regresi X₂ terhadap Y

b₃ = Koefisien Regresi X₃ terhadap Y

e = Standar Error

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Menurut Sugiyono (2018; 223) “uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”. Menurut Sugiyono (2005: 264), “uji t digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan terhadap antar variabel”. Dalam penelitian ini terdapat beberapa variable yaitu edukasi masyarakat, promosi produk, dan pelayanan terhadap kepercayaan.

Uji *t* ini dirumuskan sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

Keterangan: *t* = Observasi

r = Koefesien

n = Banyaknya Observasi

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel *independent* yaitu edukasi masyarakat (X_1), promosi produk BMT (X_2) dan pelayanan (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* yaitu kepercayaan nasabah untuk menabung (Y). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan 5% adalah : (Agung Edy Wibowo, (2012:135))

- Jika nilai signifikan $< 0,05$, atau *f* hitung $>$ dari *f* tabel maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, atau *f* hitung $<$ dari *f* tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Menggunakan rumus:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (N - K - 1)}$$

Keterangan:

F = *F* hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan *F* table.

R^2 = Korelasi parsial yang ditemukan.

N = Jumlah sampel.

K = Jumlah Variabel bebas.

Dasar pengambilan keputusan pengujian:

Jika *F* hitung $>$ *F* table maka H_a diterima dan H_o di tolak.

Jika *F* hitung $<$ *F* table maka H_a ditolak dan H_o di terima.

5. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.

- 1) $H_a : \beta_1 \leq 0$: Edukasi Masyarakat (X1) berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung (Y)
 $H_o : \beta_1 > 0$: Edukasi Masyarakat (X1) tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung (Y)

- 2) $H_a : \beta_2 \leq 0$: Promosi Produk (X2) berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung (Y)
 $H_o : \beta_2 > 0$: Promosi Produk (X2) tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung (Y)

- 3) $H_a : \beta_3 \leq 0$: Pelayanan (X3) berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung (Y)
 $H_o : \beta_3 > 0$: Pelayanan (X3) tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung (Y)

- 4) $H_a : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \leq 0$: Edukasi Masyarakat (X1), Promosi Produk (X2), dan Pelayanan (X3) secara bersamaan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung (Y)
 $H_o : \beta_1 \beta_2 \beta_3 > 0$: Edukasi Masyarakat (X1), Promosi Produk (X2), dan Pelayanan (X3) secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung (Y)

6. Uji R^2

Uji R^2 digunakan untuk mengukur proporsi keragaman total dari nilai observasi Y di sekitar rataannya yang dapat diterangkan oleh garis regresinya atau variabel bebas yang digunakan.

$$R^2 = \frac{SSR}{SST} = 1 - \frac{SSE}{SST} \quad \text{atau} \quad R^2 = \frac{JK_{\text{Regresi}}}{JK_{\text{Total}}} = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{Y}_i - \bar{Y})^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}$$

Koefisien determinasi pada regresi linear sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R). Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.