

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian yang baik dan benar tentu diperlukan adanya rancangan penelitian. Rancangan penelitian dibutuhkan agar peneliti mudah dan lebih cepat menyelesaikan penelitiannya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan angka statistik.³⁹ Jenis penelitian ini termasuk penelitian korelasional, yaitu penelitian yang dilakukan guna mencari hubungan ataupun pengaruh satu atau lebih variabel bebas (X) dengan satu atau lebih variabel terikat (Y). Pada penelitian ini jenis hubungan yang digunakan yaitu *causal*. Hubungan *causal* merupakan hubungan sebab akibat, berarti variabel independen (X) akan mempengaruhi variabel dependen (Y).⁴⁰

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek, serta memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu.⁴¹ Populasi dari penelitian

³⁹ Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Metodologi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), 30.

⁴⁰ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 119-120.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta 2014), 148.

ini yaitu seluruh anggota yang mengambil pembiayaan *murabahah* di BMT Rahmat Semen Kediri yang puas pada produk pembiayaan *murabahah* dan sudah memakai produk tersebut lebih dari satu kali, yaitu sebanyak 183 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian jumlah dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Peneliti dalam pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel mulai dari (1%, 5% dan 10%)⁴²

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 183 orang dan tingkat kesalahan yang dipilih adalah 10%, maka besarnya sampel yang digunakan sebagai berikut:

⁴² Fajri Ismail, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018), 47.

$$n = \frac{183}{1 + 183 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{183}{1 + 1,83}$$

$$n = \frac{183}{2,83}$$

$$n = 64,66$$

$$n = 64,66 = 64 \text{ sampel}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 64 anggota yang mengambil pembiayaan *murabahah* di BMT Rahmat Semen Kediri dan telah menggunakan produk tersebut lebih dari satu kali.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini berada di BMT Rahmat Semen Kediri tepatnya di Jl. Argowilis No. 568, Semen, Kec. Semen, Kab. Kediri, Jawa Timur.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi atau penjelasan mengenai pengertian dari variabel yang akan diuji. Definisi operasional akan memunculkan indikator yang akan digunakan untuk membuat instrumen penelitian dan menghasilkan angket atau kuesioner dalam penelitian ini. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen (X) kualitas pelayanan dan variabel dependen (Y) kepuasan nasabah.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat kinerja pelayanan oleh suatu perusahaan yang dirasakan oleh pelanggan dibandingkan dengan harapan pelanggan, pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila telah memenuhi atau melebihi dari harapan pelanggan.⁴³ Menurut Tjiptono terdapat 5 indikator dari variabel kualitas pelayanan, diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Indikator Penelitian Variabel X

Variabel	Indikator Variabel	Definisi Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan.
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada nasabah serta jelas dalam menyampaikan informasi.
	Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>)	Keramahan, kesopanan, pengetahuan dan kemampuan para karyawan lembaga untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada lembaga.
	Empati (<i>Empathy</i>)	Memberikan perhatian yang tulus yang bersifat personal yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Menunjukkan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga yang dapat diandalkan oleh nasabah.

Sumber : Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014)⁴⁴

⁴³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, 148.

⁴⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2014), 282.

2. Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler, kepuasan anggota atau kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan produk atau jasa yang ia terima dibandingkan dengan harapannya.⁴⁵ Hawkins dan Lonney berpendapat bahwa indikator dari variabel kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indikator Penelitian Variabel Y

Variabel	Indikator Variabel	Definisi Indikator
Kepuasan Nasabah (Y)	Kesesuaian Harapan	Tingkat kinerja oleh suatu perusahaan yang diharapkan oleh nasabah dengan apa yang dirasakan oleh nasabah.
	Minat Berkunjung Kembali	Kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau menggunakan jasanya kembali.
	Kesediaan Merekomendasikan	Kesediaan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa untuk merekomendasikan kepada kerabat, teman ataupun orang terdekat.

Sumber : Indikator kepuasan nasabah menurut Hawkins dan Lonney (2015)⁴⁶

E. Sumber Data Penelitian

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber pertama ataupun dari tempat penelitian yang dilakukannya.⁴⁷ Data primer pada penelitian ini didapat dari hasil jawaban yang diperoleh dari

⁴⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, 177.

⁴⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4*, 101.

⁴⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), 16.

responden atas angket atau kuesioner yang diberikan kepada anggota pembiayaan *murabahah* BMT Rahmat Semen Kediri.

2. Data sekunder, merupakan data yang didapat oleh peneliti dari sumber informasi kedua, seperti yang didapat dari perpustakaan ataupun laporan-laporan dari penelitian terdahulu.⁴⁸ Pada penelitian ini data sekunder didapat dari buku, jurnal, media internet, dan laporan-laporan dari penelitian terdahulu.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini adalah melalui angket atau kuesioner. Angket merupakan suatu alat berupa daftar pernyataan atau pertanyaan yang disebarakan kepada responden penelitian yang telah ditentukan yang berisi tentang suatu masalah yang akan diteliti guna memperoleh data. Kuesioner dalam penelitian ini dalam bentuk pernyataan untuk diajukan kepada responden mengenai variabel kualitas pelayanan dan kepuasan anggota pada pembiayaan *murabahah* di BMT Rahmat Semen Kediri.

G. Instrumen Penelitian

Peneliti dalam mengumpulkan data pastinya membutuhkan alat yang berfungsi untuk meringankan pekerjaannya dan agar hasilnya menjadi lebih baik, maka dalam penelitian ini dibutuhkan sebuah instrumen penelitian.⁴⁹

⁴⁸ Misbachuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 21.

⁴⁹ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 151.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket atau kuesioner.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses dalam melakukan pencarian maupun pengaturan dengan terstruktur pada data yang diperoleh sehingga data tersebut dapat dipresentasikan keseluruhannya pada orang lain.⁵⁰ Langkah-langkah dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemeriksaan data (*editing*), merupakan proses mengecek dan mengoreksi data yang telah terkumpul untuk mengetahui terdapat tidaknya kekeliruan saat melakukan pengisian, tidak lengkapnya data, ataupun ketidaksesuaian data.

2. Memberi tanda code (*coding*), merupakan proses pemberian kode biasanya berupa angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat pada kuesioner.

Dalam penelitian ini, pemberian kode dilakukan sebagai berikut:

- a. Variabel bebas diberi kode : (X) Kualitas Pelayanan

- b. Variabel terikat diberi kode : (Y) Kepuasan Nasabah

3. Memberi skor (*scoring*), merupakan proses pemberian skor atau angka tiap subyek pada lembar jawaban yang terdapat di angket.⁵¹ Pada penelitian ini menggunakan skor sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : 5

- b. Setuju (S) : 4

⁵⁰ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 103.

⁵¹ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 184.

- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

4. Penyusunan tabel (*tabulating*), merupakan proses membuat tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan dan disesuaikan dengan permasalahan penelitian.⁵²
5. Proses (*processing*), merupakan proses menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.⁵³ Data yang telah diperoleh dari penelitian di lapangan perlu untuk diolah dan dianalisis agar dapat ditarik kesimpulan, sehingga dalam hal ini dibutuhkan beberapa metode untuk menganalisis data tersebut. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.⁵⁴ Pengujian validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menguji layak atau tidaknya item-item yang digunakan dalam angket atau kuesioner. Uji validitas ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 21.

⁵² I Made Winartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 262.

⁵³ M. Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 168.

⁵⁴ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 2008), 122-123.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.⁵⁵ Pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *Croanbach Alpha* dan menghitungnya dibantu menggunakan aplikasi SPSS 21.

c. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara pendeskripsian atau penggambaran pada data yang telah terkumpul.⁵⁶

d. Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji Normalitas, berguna untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji statistik (*Kolmogorov Smirnov*).
- 2) Uji Autokorelasi, berguna untuk mendeteksi terdapat tidaknya autokorelasi sehingga diperlukan pengukuran menggunakan *Durbin-Watson* (DW).
- 3) Uji Heteroskedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki ketidaksamaan varian.⁵⁷ Pada penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan metode *scatter plot*.
- 4) Uji Multikolinearitas, yaitu dengan menggunakan nilai *Variance Infacton Factor* (VIF). Model regresi yang baik yaitu suatu model

⁵⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 365.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 147.

⁵⁷ Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

regresi pada variabel bebasnya tidak memiliki korelasi yang tinggi atau terbebas dari multikolinearitas.

e. Analisis Korelasi

Analisis korelasi berguna dalam mengetahui kuatnya pengaruh antara variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat tabel penolong
- 2) Menghitung nilai r, dengan rumus:

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

Keterangan :

r : Korelasi PPM

n : Jumlah sampel

x : Variabel bebas (kualitas pelayanan)

y : Variabel terikat (kepuasan nasabah)

f. Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara satu variabel dan variabel lainnya. Analisis regresi sederhana dapat digunakan apabila suatu penelitian memiliki satu variabel bebas dan satu variabel terikat.

Rumus analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat (kepuasan nasabah)

a : Konstanta (nilai dari Y apabila $X = 0$)

b : Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

X : Variabel bebas (kualitas pelayanan)

g. Uji Signifikansi (Uji t)

Uji signifikansi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji t pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 21.

h. Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 dilakukan guna mengukur perubahan dan/atau besarnya kontribusi dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai R^2 mendekati 1 maka variabel bebas (X) mempunyai akurasi modal yang tepat dan pengaruh kuat terhadap variabel terikat (Y), sehingga semakin serasi garis regresi dalam meramalkan Y.⁵⁸ Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = nilai koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi

⁵⁸ Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 121.