

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang data dan informasiya diperoleh dari kegiatan dikancah (lapangan) kerja penelitian.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh bukti yang empiric, menguji dan menjelaskan pengaruh Islamic marketing mix, kualitas pelayanan dan *syariah compliance* pada simwapres terhadap keputusan anggota di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Trangkil.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif yaitu metode yang digunakan terhadap data yang berwujud angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik. Teknik perhitungan secara kuantitatif yang dilakukan bisa menghasilkan suatu kesimpulan yang konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.<sup>2</sup>

### B. Setting Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Trangkil yang berada dikompleks pasar trangkil kios no.05 Karangjati Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang lebih satu bulan untuk mengetahui pengaruh Islamic Marketing Mix, Kualitas Pelayanan dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Anggota Menabung di Simwapres di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Trangkil.

---

<sup>1</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Bandung Alfabeta, 2014), 12.

### C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yakni subyek darimana data diperoleh.<sup>3</sup> Adapaun sumber data dalam penelitian ini yakni data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer yakni data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan.<sup>4</sup> Data primer dari penelitian ini diperoleh secara langsung dari responden yakni anggota KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Trangkil dengan menggunakan kuesioner yang berisi serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut pada penelitian ini.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder yakni data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yakni dengan mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan obyek penelitian atau bisa dilakukan dengan menggunakan data dari Biro Pusat Statistik (BPS).<sup>5</sup> Data sekunder dalam penelitian ini berupa data anggota produk simwapres, profil KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah, dan data pendukung seperti jurnal, foto dokumentasi, internet dan literature yang berhubungan dan menunjang penelitian ini.

### D. Populasi dan Sampel

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 kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh anggota pada produk simwapres yang ada di

---

<sup>3</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 140.

<sup>4</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2013), 128.

<sup>5</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2013), 21.

KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Trangkil yang berjumlah 61 responden.

Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yaitu sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>6</sup> Sedangkan metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *sampling jenuh*, *sampling jenuh* yakni teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh yakni *sensus*, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.<sup>7</sup> Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni seluruh anggota pada produk simwapres yang ada di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Trangkil yang berjumlah 61 responden.

## E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

### 1. Desain Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya yakni segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prekdiktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas yakni suatu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 77.

<sup>7</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 142.

Islamic Marketing Mix, Kualitas Pelayanan, dan Syariah Compliance.

**b. Variabel Dependen**

Variabel ini disebut variabel *output*, *criteria*, *konsekuensi*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan suatu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>8</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini yakni keputusan anggota.

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Definisi operasional yakni alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel. Dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Referensi
Islamic Marketing Mix ( $X_1$ )	Sharia Marketing mix (Bauran Pemasaran syariah) merupakan dari marketing mix 9P, yang diantaranya, produk, harga, tempat, promosi,	a. Produk ( <i>product</i> )	a. Kesesuaian produk dengan syariat islam b. Kemudahan persyaratan	Istianah, M. Kholil Nawawi, Syarifah Gustiawwati “Analisis Sharia Marketing Mix Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan
		b. Harga ( <i>Price</i> )	c. Adanya nisbah bagi hasil	
		c. Tempat ( <i>place</i> )	d. Lokasi yang mudah dijangkau	
		d. Promosi	e. Penyebaran	

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 33.

	orang, proses, bukti fisik, janji, dan sabar.	( <i>promotion</i> )	brosur sebagai media informasi	Pembelian Pada Online Shop TWIS.ID,” <i>An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah</i> , Vol. 05 No. 01 (Oktober 2018).
		e. Orang ( <i>people</i> )	f. Karyawan bersikap ramah dan sopan	
		f. Proses ( <i>process</i> )	g. Kemudahan dan kecepatan pelayanan h. melayani anggota dengan teliti	
		g. Bukti fisik ( <i>physical evidence</i> )	i. Ruang tunggu yang bersih dan nyaman j. Tempat parkir yang luas	
		h. Janji ( <i>promise</i> )	k. Menepati janji	
		i. Sabar ( <i>patience</i> )	l. Sabar dalam melayani anggota <sup>9</sup>	
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang	a. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	a. Memiliki penampilan kantor yang menarik b. memiliki fasilitas yang	

<sup>9</sup> Istianah, M. Kholil Nawawi, Syarifah Gustiawwati “Analisis Sharia Marketing Mix Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian Pada Online Shop TWIS.ID,” *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 05 No. 01 (Oktober 2018).

	telah diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.		nyaman	Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang,” <i>Jurnal Muqtasid</i> Vol. 3 No.2 (2012).
		b. <i>Reliability</i> (Keandalan)	c. Memberikan pelayanan yang telah dijanjikan	
		d. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	e. memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. f. karyawan bersedia membantu anggota.	
		g. <i>Assurance</i> (Jaminan)	h. Membantu kebutuhan anggota	
		i. <i>Empathy</i> (Empati)	j. Memperhatikan kepentingan anggota	
<i>Syariah Compliance</i> (X <sub>3</sub> )	<i>Syariah Compliance</i> (Keptuhan Syariah) merupakan pemenuhan terhadap nilai-nilai syariah di	a. Tidak ada riba dalam transaksi b. Tidak ada gharar dalam transaksi	a. Tidak ada unsur riba dalam semua produk b. Tidak mengandung gharar (manipulasi) dalam semua	Gampito dan Afridawati, “Shariah Compliance On Customer’s Decision To Save In Shariah Bank

lembaga keuangan syariah (dalam hal ini perbankan syariah) yang menjadikan fatwa DSN MUI dan peraturan Bank Indonesia (BI) sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syariah, baik dalam produk, transaksi dan operasional di bank syariah.	c. Tidak ada maysir dalam transaksi	produk c. Tidak ada unsur maysir (ketidakpastian) dalam semua produk	Study on Customers At A Branch Office Of Bank Syariah Mandiri In Batusangkar, (oktober 14-15 2017).
	d. menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal dan tayyib	d. Menjalankan bisnis pada keuntungan yang halal dan tayyib	
	e. Menjalankan amanah yang dipercayakannya oleh nasabah	e. Menjalankan amanah yang dipercayakannya oleh nasabah	
	f. Menjalankan <i>baitul maal</i> yaitu mengelola zakat, infaq dan shadaqa	f. Menjalankan <i>baitul maal</i> yaitu mengelola zakat, infaq dan shadaqa sesuai dengan ketentuan	

		h sesuai dengan ketentuan syariah	g. syariah mengacu pada fatwa DSN-MUI <sup>10</sup>	
Keputusan Anggota (Y)	keputusan pembelian merupakan tahap dalam pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.	a. Pengenalan masalah	a. Sesuai keinginan dan kebutuhan	Lemiyana, “Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Palembang)” , <i>I-Finance</i> , Vol. 4 No.1, (Juni, 2018): 35.
		b. Mencari informasi	b. Mencari informasi untuk mengetahui semua hal yang berhubungan dengan produk	
		c. Mengevaluasi beberapa pilihan	c. Memilih produk dengan evaluasi yang di berikan	
		d. Keputusan pembelian	d. Proses yang tidak berbelit-belit menjadi alasan untuk memilih produk	
		e. Perilaku pasca pembelian	e. Merasa puas menggunakan produk f. Merekomendasikan	

<sup>10</sup> Gampito dan Afridawati, “Shariah Compliance On Customer’s Decision To Save In Shariah Bank Study on Customers At A Branch Office Of Bank Syariah Mandiri In Batusangkar, (oktober 14-15 2017).

			kepada saudara dan teman <sup>11</sup>	
--	--	--	----------------------------------------	--

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Metode Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrument pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan menetahui apa yang diharapkan oleh responden.<sup>12</sup> Jawaban dari pertanyaan tersebut bersifat tertutup, artinya alternative jawaban atas pertanyaan tersebut sudah tercantum dalam kuesioner (angket) dan dipilih salah satu dari alternatif jawaban tersebut dan respon tidak diberi kesempatan untuk menjawab pertanyaan yang lain dilur jawaban yang sudah di sediakan atau tercantum dalam angket.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data melalui pertanyaan kepada semua anggota KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Trangkil mengenai pengaruh Islamic marketing mix, kualitas pelayanan, *syariah compliance* terhadap keputusan anggota menabung di simwapres di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Trangkil. Data tersebut, kemudian digunakan untuk mengolah data sebagai instrument data mentah yang kemudian diolah peneliti melalui alat bantu program SPSS. Dalam penelitian ini model skala yang digunakan peneliti untuk mengukur kuesioner yaitu dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenominal sosial. Dalam penelitian,

<sup>11</sup>Lemiyana, "Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Palembang)", 35.

<sup>12</sup> Wiratna Sujaeweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 94.

fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.<sup>13</sup> Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai kriteri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dan diberikan skor sebagai berikut:<sup>14</sup>

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Skala Likert**

JAWABAN	BOBOT NILAI
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Setuju	1

## G. Uji Validitas dan Relibilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas Instrumen

Ketetapan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur disebut Validitas. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala. validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap skor total, perhitungan ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor item total (skor total).<sup>15</sup>

<sup>13</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 132.

<sup>14</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 133.

<sup>15</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010),90.

Pengujian ini menggunakan dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05, kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).<sup>16</sup>

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji untuk mengetahui konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran disebut Uji Reliabilitas. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrument pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0.06$  dan sebaliknya, jika *Cronbach Alpha* ditemukan nilai koefisien lebih kecil ( $< 0.06$ ), maka dikatakan tidak reliabel.<sup>17</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen jika variabel independen berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Beberapa uji multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance*

<sup>16</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 95.

<sup>17</sup>V. Wiratna Sujaeweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 169.

dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi atau membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ). Pada penelitian ini untuk mendeteksi uji multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF), dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila mempunyai nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1<sup>18</sup>

## 2. Uji Autokorelasi

Keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi disebut Autokorelasi. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian ini menggunakan uji Durbin-Waston (DW), dengan ketentuan antara lain:

- a. Jika  $d$  kurang dari  $d_l$  atau lebih besar dari  $(4-d_l)$ , maka berarti terdapat autokorelasi.
- b. Jika  $d$  terletak diantara  $d_u$  dan  $(4-d_u)$ , maka berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika  $d$  terletak diantara  $d_l$  dan  $d_u$  atau antara  $(4-d_u)$  dan  $(4-d_l)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.<sup>19</sup>

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas di gunakan untuk menguji data variabel independen (X) dan data variabel dependen (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dapat dikatakan baik jika mempunyai data variabel independen dan data variabel dependen berdistribusi mendekati normal atau normal sekali. Cara melalui variabel berdistribusi normal atau tidak yaitu antara lain:

---

<sup>18</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 103.

<sup>19</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistil Data dengan SPSS*, 87.

a. Grafik histogram

Cara grafis histogram dalam menentukan suatu data berdistribusi normal atau tidak yakin, cukup membandingkan antara data riil atau nyata dengan garis kurva yang berbentuk. Jika data riil membentuk garis kurva cenderung tidak simetri terhadap mean ( $\mu$ ), maka bisa dikatakan data berdistribusi tidak normal atau sebaliknya.

b. Normal probability plot

Cara ini dilakukan dengan membandingkan data riil dengan data distribusi normal secara kumulatif. Jika garis data riil mengikuti garis diagonal, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.<sup>20</sup>

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Analisis ini digunakan untuk menguji sama atau tidaknya varian dari residu dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Homoskedastisitas adalah jika residualnya mempunyai varian yang sama, dan heteroskedastisitas adalah jika variansinya tidak sama atau berbeda. Persamaan yang baik jika terjadi heteroskedastisitas.

Analisis uji asumsi heteroskedastisitas hasil *output* SPSS melalui grafik *scatterplot* antara  $Z$  prediction ( $ZPRED$ ) yang merupakan variabel independen dan nilai residualnya ( $SRESID$ ) variabel dependen (sumbu  $Y = Y$  prediksi  $- Y$  riil). Dapat terjadinya homoskedastisitas jika pada *scatterplot* titik-titik hasil pengolahan data antara  $ZPRED$  dan  $SRESID$  menyebar dibawah maupun diatas titik origin pada sumbu  $Y$  dan tidak memiliki pola yang teratur. dapat terjadinya heteroskedastisitas jika pada *scatterplot* titik-titiknya memiliki pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang. Persamaan regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas, apabila terdapat

---

<sup>20</sup> Danang Suyotno, *Metodologi Penelitian Akutansi*, 92.

titik-titik menyebar di bawah dan di atas sumbu Y, dan tidak memiliki pola yang teratur.<sup>21</sup>

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bertujuan meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel terikat (kriterium), bila dua atau lebih variabel terikat sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Persamaan regresi untuk tiga prediktor yaitu:

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

Keterangan:

$X_1$  = Islamic marketing mix

$X_2$  = Kualitas pelayanan

$X_3$  = *Syariah compliance*

Y = Keputusan nasabah

a = Konstanta<sup>22</sup>

### 2. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji T)

Pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara individual mempengaruhi variabel terikat (Y) disebut Uji t.<sup>23</sup> signifikansi t menunjukkan pengaruh variabel-variabel independen yaitu Islamic marketing mix, kualitas pelayanan, dan *syariah compliance* terhadap keputusan anggota.

Langkah-langkah pengujian koefisien regresi secara parsial antara lain:

- a. Menentukan hipotesis
  - Ho : secara parsial tidak ada pengaruh
  - Ha : secara parsial ada pengaruh
- b. Tingkat signifikansi
  - Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )
- c. Kriteria Pengujian

<sup>21</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akutansi*, 90-91.

<sup>22</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 275.

<sup>23</sup> V. Wiratna Sjarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,

- Ho diterima jika  $t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ .
- Ho ditolak jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ .<sup>24</sup>

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi (Goodness of fit), yang dinotasikan dengan  $R^2$  merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi ( $R^2$ ) mencerminkan kemampuan variabel terikat. Tujuan analisis ini yaitu untuk menghitung besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai  $R^2$  menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel terikat yang bisa dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel terikat yang bisa dijelaskan oleh variabel bebas.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 68-69.

<sup>25</sup>V. Wiratna Sujaeweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 228.