

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian di KSPPS Pringgodani Gajah Demak.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.

### **B. Setting Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di KSPPS Pringgodani Gajah Demak, dengan pertimbangan bahwa persaingan dan mencari peluang untuk menang dalam persaingan mendapatkan pasar dan memenangkan pasar. Ruang lingkup penelitian ini strategi pemasaran syariah dan kualitas pelayanan. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai Oktober 2020.

### **C. Sumber data**

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data langsung yang diperoleh dari sumber data pertama yang dilakukan dengan cara perhitungan dan observasi yang dilakukan di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer didapat dari data langsung responden yaitu seluruh nasabah KSPPS Pringgodani.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang tidak langsung. Biasanya diperoleh dari orang lain, dalam bentuk laporan, profil, buku pedoman, pustaka-pustaka atau catatan perusahaan yang digunakan sebagai studi untuk mengambil keputusan yang memiliki kaitan dengan objek penelitian yang

dilakukan. Data sekunder ini didapat dari profil dan data nasabah KSPPS Pringgodani.

## **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarikkesimpulannya.<sup>1</sup> Populasi bisa diartikan juga seluruh individu yang dimaksudkan untuk diteliti, dan yang nantinya akan dikenai generalisasi.<sup>2</sup> Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek itu.<sup>3</sup> Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah dari KSPPS Pringgodani. Penentuan jenis populasi ini berdasarkan alasan bahwa yang akan diuji adalah strategi pemasaran syariah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>4</sup> Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan probability sampling berupa random

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, ed. Apri Nuryanto (Bandung: CV ALFABETA, 2003), 55.

<sup>2</sup> Tulus Winarsunu, *Statistik Dalam Penelitian Psikologi Dan Pendidikan* (Malang: Universitas uhammadiyah, 2004), 12.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 55.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 56.

sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>5</sup>

Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana:

$n$  = ukuran sampel

$N$  = Populasi

$e$  = Prosentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel. Persen kesalahan yang diinginkan (sebesar 10%).

Berdasarkan jumlah populasi yang digunakan yaitu 3.225 orang, maka dapat dihitung sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{3.225}{1 + (3.225 \times 0.1^2)} = 96,99$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan diatas, maka menghasilkan jumlah sampel sebanyak 96,99 dan dibulatkan menjadi 97 responden.

## E. Desain dan definisi operasional variable

### 1. Desain Penelitian

Variable penelitian merupakan ciri atau paragraf atau sifat dari objek penelitian, baik berupa orang, benda, atau transaksi yang memiliki variasi tertentu sesuai ketetapan yang telah dirancang oleh peneliti untuk dapat dikaji dan dianalisis.<sup>6</sup>

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, sebagai berikut:

- a. Variable independen

<sup>5</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015) 85.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 59.

Variable ini sering disebut sebagai variable bebas merupakan variable yang menjadi penyebab atau mempengaruhi variable lain. Variable bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X. Dalam penelitian ini variable bebas terdiri dari Strategi Pemasaran Syariah dan Kualitas Pelayanan.

b. Variable dependen

Variable tidak bebas atau terikat merupakan variable yang di pengaruhi oleh variable lain (variable bebas). Variable tidak bebas ini yang nantinya akan menjadi persoalan pokok bagi peneliti yang selanjutnya menjadi objek penelitian.<sup>7</sup>

2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1  
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
	Strategi pemasaran syariah (X1)	Strategi pemasaran syariah adalah sebagai suatu disiplin unit bisnis strategis yang diarahkan kepada suatu proses dimana terdapat perubahan nilai serta penawaran dari satu	1. Produk (Product)	a. Kesesuaian produk dengan syariat islam b. Kemudahan persyaratan	Likert
2. Harga (Price)	c. Adanya nisbah bagi hasil				

<sup>7</sup> Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 305-306.

	penggagas kepada bagian yang lain dalam keseluruhannya sesuai dengan prinsip-prinsip kegiatan muamalah dalam Islam. <sup>8</sup>	<b>3. Promosi</b> <i>(Promotion)</i>	d. Penyebaran brosur sebagai media informasi bagi nasabah
		<b>4. Tempat</b> <i>(Place)</i>	e. Lokasi yang mudah dijangkau
		<b>5. Orang</b> <i>(People)</i>	f. Karyawan bersikap ramah dan sopan
		<b>6. Proses</b> <i>(Process)</i>	g. Kemudahan dan kecepatan pelayanan h. Melayani anggota dengan teliti
		<b>7. Bukti fisik</b> <i>(Physical evidence)</i>	i. Ruang tunggu yang bersih dan

<sup>8</sup> Ahmad Miftah, "Mengenal Marketing dan Marketers Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 6 No. 2 (Juli-Desember 2015): 16

				nyaman dan juga free wifi	
				j. Lahan parker yang luas	
			<b>8. Janji (Promise)</b>	k. Menepati janji yang telah disepakati	
			<b>9. Sabar (Patience)</b>	l. Sabar dalam melayani nasabah/ anggota. <sup>9</sup>	
	Kualitas pelayanan (X2)	Menurut Kotler adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak	1. Bukti fisik ( <i>tangibles</i> )	a. fasilitas fisik b. perlengkapan yang digunakan c. penampilan pegawai d. sarana komunikasi	Likert
			2. Keandalan ( <i>reliability</i> )	e. kemampuan memberikan	

<sup>9</sup> Istianah, M. Kholil Nawawi, Syarifah Gustiawati "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).

		berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun.		<p>pelayanan yang dijanjikan dengan segera</p> <p>f. kemampuan memberikan pelayanan yang akurat</p>
			<p>3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)</p>	<p>g. keinginan para staf untuk membantu para pelanggan</p> <p>h. memberikan pelayanan dengan tanggap</p>
			<p>4. Jaminan (<i>Assurance</i>)</p>	<p>i. Pengetahuan yang dimiliki staf</p> <p>j. Kompetensi para staf</p>

			<p>k. Kesopanan yang dimiliki staf</p> <p>l. sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf</p> <p>m. bebas dari bahaya, risiko atau keraguan</p>	
		<p>5. Empati (<i>Empaty</i>)</p>	<p>n. kemandirian dalam menjalin relasi</p> <p>o. komunikasi yang baik</p> <p>p. perhatian pribadi</p> <p>q. pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan</p>	

				gan. <sup>10</sup>	
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan adalah persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya . Karena itu, pelanggan tidak akan puas, apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.	1. Kualitas produk	a.	Memberikan kinerja ( <i>performance</i> ) produk yang baik kepada nasabah.	Likert
		2. Harga ( <i>price</i> )	b.	Memberikan harga yang terjangkau.	
		3. <i>Service quality</i>	c.	Menciptakan kualitas pelayanan yang baik	
		4. <i>Emotional factor</i>	d.	Memberikan brand image lembaga keuangan.	
		5. Biaya dan	e.	Membe	

<sup>10</sup> Piter Tiong, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati di Makasar,” *Journal of Management & Business* Vol. 1 No. 2 (2018): 183, <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/228/120>.

			kemudahan	rikan kemudahan dalam pelayanan. <sup>11</sup>	
--	--	--	-----------	---	--

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner atau Angket

Teknik yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>12</sup> Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon konsumen mengenai pengaruh strategi pemasaran syariah dan kualitas pelayanan di KSPPS Pringgodani dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden untuk diisi, kemudian diserahkan kembali kepada peneliti untuk kepentingan analisis data. Untuk keperluan penelitian ini, maka setiap jawaban diberi skor dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Nilai 1 = Sangat tidak setuju
- b. Nilai 2 = Tidak setuju
- c. Nilai 3 = Netral
- d. Nilai 4 = Setuju
- e. Nilai 5 = Sangat setuju

### 2. Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode observasi.

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek

<sup>11</sup> Handi Irawan, *Pinsip Kepuasan Pelanggan* ( Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002), 3.

<sup>12</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, 156

penelitian.<sup>13</sup> Metode observasi meliputi pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diamati.

Metode observasi yang digunakan oleh peneliti yaitu observasi terstruktur, peneliti menetapkan secara rinci apa yang akan diobservasi dan bagaimana pengukuran akan dicatat. Peneliti melakukan observasi di KSPPS Pringgodani untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan.

### 3. Dokumentasi

Analisis dokumen lebih mengarahkan pada bukti konkret. Dengan instrumen ini, kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian kita.

Lincoln dan Guba mengartikan rekaman sebagai setiap tulisan atau pernyataan yang dipersiapkan oleh atau untuk individu atau organisasi dengan tujuan untuk membuktikan adanya suatu peristiwa atau memenuhi perhitungan.<sup>14</sup>

Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tentang produk di KSPPS Pringgodani dan data-data lain yang mendukung.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil  $r$  hitung kita bandingkan dengan  $r$  tabel di mana  $df = n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  tabel  $<$   $r$  hitung maka valid.<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, 94.

<sup>14</sup> I Wayan Sawendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif*: (Bandung : Nilacakra, 2018), 65.

<sup>15</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, 108.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>16</sup>

Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Dan sebaliknya jika Cronbach Alpha diketemukan angka koefisien lebih kecil ( $< 0,60$ ), maka dikatakan tidak reliabel.<sup>17</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolonieritas

Model regresi yang melibatkan banyak variabel independen sebaiknya tidak memiliki interkorelasi untuk setiap variabel independennya. Hal ini akan menyebabkan variabel-variabel tidak ortogonal dan saling meniadakan korelasi terhadap variabel independennya. Untuk memastikan tidak adanya korelasi antar variabel dependen atau disebut multikolinearitas, maka perlu dilakukan pengujian. Uji multikolinearitas ini memperhatikan nilai nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai *VIC*  $\geq 10$ .<sup>18</sup>

### 2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat sebaran data, apakah normal atau tidak. Model regresi yang baik harus memiliki data yang menyebar normal, tidak melunjur ke kiri atau ke kanan.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2011), 47.

<sup>17</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 97-98.

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: badan penerbit universitas Diponegoro, 2013), 103-104

<sup>19</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 187.

Distribusi normal memiliki distribusi simetris dengan modus, mean dan median berada di pusat. Jika digambarkan memiliki karakteristik berbentuk seperti lonceng.<sup>20</sup>

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menguji apakah data terdistribusi normal atau tidak, yaitu:

I. Analisis grafik, analisis ini dapat digunakan untuk melihat distribusi normal pada data dengan membandingkan data distribusi dengan distribusi yang mendeteksi distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

b. Analisis statistik, Uji statistik untuk menguji distribusi data dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual.<sup>21</sup>

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian model regresi untuk mencari ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dapat di uji dengan uji heteroskedastisitas. Jika variance residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di distudentized.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Nuryadi dkk, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, (Yogyakarta: sibuku media, 2017), 80.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, 154-157

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, 134.

## I. Teknik Analisis Data

### a. Analisis regresi linier berganda

Regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.<sup>23</sup> Regresi linier berganda merupakan lanjutan dari regresi linier sederhana. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ).<sup>24</sup>

Pada penelitian ini yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Strategi pemasaran syariah ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ). Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Di mana:

$Y$  = Kepuasan nasabah

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Strategi pemasaran syariah

$X_2$  = Kualitas pelayanan

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi untuk variabel  $X_1, X_2$

$e$  = Standart error estimate

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.<sup>25</sup> Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Bila  $R^2$  mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung atau terikat semakin besar. Hal ini berarti

---

<sup>23</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 134.

<sup>24</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 61.

<sup>25</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Percetakan AMP YKPN, 2001), 100.

model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung atau terikat.

#### i. Uji F Simultan

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.<sup>26</sup> Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $f_{\text{hitung}}$  dengan  $f_{\text{tabel}}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$
- b. Jika  $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima

#### ii. Koefisien Uji-t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.<sup>27</sup>

Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

$b_i$  = Koefisien regresi variabel i

$S_{b_i}$  = Standar error variabel i

Langkah-langkah pengujian:

- a. Menentukan Hipotesis
  - Ho: Secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
  - Ha: Secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Menentukan tingkat signifikansi Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).
- c. Kriteria pengujian  $H_0$  diterima jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$   $H_0$  ditolak jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ .

<sup>26</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, 98.

<sup>27</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, 97.