

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang harus diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Yang dimaksud dengan cara ilmiah ialah penelitian harus berdasarkan ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan harus masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara yang dilakukan dapat diamati oleh indera manusia, sehingga cara-cara yang digunakan dapat diketahui dan diamati oleh orang lain. Sistematis artinya proses yang dilakukan dalam penelitian menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.⁶³

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁴

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, ...*, hlm. 2

⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 8

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau suatu nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁶⁵

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:⁶⁶

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut dengan variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini dinyatakan dengan X. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah:

a. Kualitas Pelayanan (X₁)

Kualitas pelayanan merupakan persepsi dari pelanggan atas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan ukuran yang ditentukan oleh pelanggan bukan oleh penyedia jasa.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2013), hlm. 59

⁶⁶ *Ibid.*, hlm. 59

Tabel 3. 1
Operasional Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan	Berwujud (<i>Tangibel</i>)	1. Fasilitas fisik 2. Perlengkapan 3. Penampilan karyawan	<i>Likert</i>
	Kehandalan (<i>Reabilitas</i>)	1. Ketepatan dan kesesuaian waktu 2. Standar operasional pelayanan 3. Kemampuan karyawan	<i>Likert</i>
	Ketanggapan (<i>Responsive</i>)	1. Kecepatan pelayanan 2. Ketanggapan dalam menangani keluhan	<i>Likert</i>
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	1. Jaminan keamanan 2. Keterampilan karyawan	<i>Likert</i>
	Empati (<i>Empathy</i>)	1. Sikap karyawan 2. Perhatian karyawan	<i>Likert</i>

b. Promosi (X₂)

Promosi merupakan kegiatan upaya memasarkan produk untuk menarik calon konsumen dengan memakai konsep prinsip marketing.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2
Operasional Variabel Promosi

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Promosi	Periklanan (<i>Advertising</i>)	1. Kemudahan informasi dalam <i>leaflet</i> 2. Kejelasan informasi dalam <i>leaflet</i>	<i>Likert</i>
	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	1. Memberikan kemudahan dalam setiap produk 2. Bonus yang diberikan	<i>Likert</i>
	Penjualan Pribadi (<i>Persnal Selling</i>)	1. Pelayanan karyawan kepada anggota 2. Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi	<i>Likert</i>
	Publisitas (<i>Public Relation</i>)	1. Kegiatan sosial 2. Penggunaan media social	<i>Likert</i>

2. Variabel Dependen

Variabel ini sring disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen atau dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel ini dinyatakan dengan Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan menjadi anggota KSPPS.

Keputusan menjadi anggota adalah proses keputusan anggota yang diambil untuk menjadi anggota KSPPS yang ditawarkan melalui proses keputusan pembelian yang meliputi keputusan anggota sebelum melakukan pembelian dan saat melakukan pembelian.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 3

Operasional Variabel Keputusan Menjadi Anggota

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Pengenalan Kebutuhan	1. KSPPS Sesuai dengan kebutuhan 2. Produk KSPPS sesuai dengan kebutuhan	<i>Likert</i>
	Pencarian Informasi	1. Mencari informasi mengenai KSPPS 2. Mencari tahu produk KSPPS 3. Mencari tahu manfaat menjadi anggota KSPPS	<i>Likert</i>
	Evaluasi Alternatif	1. Mengevaluasi informasi 2. Memberikan penilaian	<i>Likert</i>
	Keputusan Pembelian	1. Menjadi anggota karena tertarik 2. Menjadi anggota karena kebutuhan	<i>Likert</i>
	Perilaku Pasca Pembelian	1. Merasa puas 2. Merekomendasikan kepada orang lain	<i>Likert</i>

3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini menjadi penyela/antara yang terletak antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel ini dinyatakan dengan Z. Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah minat.

Minat untuk memutuskan menjadi anggota adalah perilaku konsumen atau anggota yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penempatan kegiatan-kegiatan tersebut.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 4

Operasional Variabel Minat

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Minat	Perhatian	1. Mencari tahu mengenai KSPPS 2. Mencari tahu manfaat menjadi anggota 3. Mencari tahu produk dan jasa KSPPS	<i>Likert</i>
	Ketertarikan	1. Tertarik menjadi anggota karena mendengar informasi KSPPS	<i>Likert</i>

		2. Tertarik menjadi anggota karena mendengar pengalaman teman/keluarga.	
	Keinginan	1. Menjadi anggota KSPPS Karena keinginan diri sendiri 2. Menjadi anggota KSPPS bukan karena keinginan diri sendiri	<i>Likert</i>
	Keyakinan	1. Percaya terhadap KSPPS 2. Yakin terhadap produk dan jasa yang ditawarkan	<i>Likert</i>

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang selanjutnya akan ditarik kesimpulannya.⁶⁷ Populasi pada penelitian ini adalah semua anggota KSPPS BMT Sahabat Kita Semua yang berjumlah 2.497 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sampel. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari

⁶⁷ Sugiyono, *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*, (Bandung:ALFABETA, 2015), hlm. 92

semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulan yang dipelajari dari sampel akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus representatif (mewakili).⁶⁸

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, karena dalam pemilihan sampel tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur/anggota populasi. Untuk metode pengambilan sampel menggunakan *sampling insidental*, teknik pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel.⁶⁹ Dalam penelitian ini karena populasi sudah diketahui maka penulis menggunakan Rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel, yaitu sebagai berikut.⁷⁰

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{2497}{1 + 2497(0,1)^2} = 96,15$$

Sampel dalam penelitian ini yaitu 96,15 dengan tingkat kepercayaan 90% akan memberikan selisih estimasi dengan kurang dari 0,1. Jadi sampel yang diambil yaitu sebanyak 96 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner (angket). Kuisisioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan menyerahkan pertanyaan yang bersifat tertutup atau terbuka untuk diisi oleh

⁶⁸ *Ibid.*, 93

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ..., hlm. 84

⁷⁰ Amos Noerlaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2016), hlm. 91

responden.⁷¹ Angket merupakan metode pengumpulan data yang paling populer. Angket sering digunakan untuk *polling* atau survei yang melibatkan populasi yang sangat luas.⁷² Dalam penelitian ini akan disebarakan angket untuk para anggota KSPPS BMT Sahabat Kita Semua untuk mengukur faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi seorang anggota.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung pada jumlah variabel. Untuk menghasilkan data yang akurat dalam penelitian maka diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau suatu kelompok orang mengenai fenomena sosial.

Untuk memudahkan penyusunan instrumen maka diperlukan kisi-kisi instrumen.

Tabel 3. 5

Kisi-kisi Instrumen

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item	Jumlah
Kualitas Pelayanan (X1)	Berwujud (<i>Tangible</i>)	1,2,3,4,5,6,7	7
	Kehandalan (<i>Reability</i>)	8,9,10,11,12,13	6
	Ketanggapan (<i>Responsiviness</i>)	14,15	2
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	16,17,18,19	4
	Empati (<i>Empathy</i>)	20,21,22,23	4
Promosi (X2)	Periklanan (<i>Advertising</i>)	1,2,3,4,5	5
	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	6,7,8,9,10	5

⁷¹ Esty Aryani Safithry, *Asesmen Teknik Tes dan Non Tes*, (Malang, CV. IRDH, 2018), hlm.57

⁷² Suwartono, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 52

	Penjualan Pribadi (<i>Persnal Selling</i>)	11,12,13	3
	Publisitas (<i>Public Relation</i>)	14,15,16,17	4
Minat (Z)	Perhatian	1,2,3,4,5,6	6
	Ketertarikan	7,8,9,10	4
	Keinginan	11,12,13	3
	Keyakinan	14,15,16,17,18	5
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan	1,2	2
	Pencarian Informasi	3,4,5,6,7	5
	Evaluasi Alternatif	8,9	2
	Keputusan Pembelian	10,11,12,13,14	5
	Perilaku Pasca Pembelian	15,16,17,18,19	5

Jawaban dari setiap item instrumen dapat berupa kata-kata sebagai berikut:⁷³

- | | |
|----------------------------------|--------------------------------|
| 1) Sangat Setuju (SS) = 5 | 1) Sangat Baik (SB) = 5 |
| 2) Setuju (S) = 4 | 2) Baik (B) = 4 |
| 3) Ragu-ragu (RR) = 3 | 3) Cukup Baik (CB) = 3 |
| 4) Tidak Setuju (TS) = 2 | 4) Tidak Baik (TB) = 2 |
| 5) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 | 5) Sangat Tidak Baik (STB) = 1 |

Instrumen penelitian ini dapat dinyatakan baik apabila valid dan reliabel.

Oleh karena itu, perlu dilakukan uji validitas dan uji realibilitas seperti berikut:

1. Uji Validitas

Validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana sebuah alat ukur bisa mengukur apa yang perlu diukur.⁷⁴ Apabila intrumen yang diukur valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid.⁷⁵ Untuk menilai kevalidan masing-masing dari butir

⁷³ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Mitra Sahabat Cendikia: Surabaya, 2019), hlm. 159

⁷⁴ Amos Noerlaka, *Metode Penelitian*,...,hlm.115

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*,...,hlm. 121

pertanyaan kuisioner dapat dilihat dari nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Suatu pernyataan dikatakan valid apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.⁷⁶

Berikut ini merupakan ringkasan hasil uji validitas instrumen variabel Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat, dan Keputusan Menjadi Anggota.

Tabel 3. 6

Hasil Perhitungan Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₁)

No. Item	r_{hitung}	$R_{\text{tabel}} 5\%$ (N=30)	Kriteria
1	0,528	0,361	Valid
2	0,873	0,361	Valid
3	0,921	0,361	Valid
4	0,924	0,361	Valid
5	0,925	0,361	Valid
6	0,930	0,361	Valid
7	0,928	0,361	Valid
8	0,933	0,361	Valid
9	0,934	0,361	Valid
10	0,945	0,361	Valid
11	0,914	0,361	Valid
12	0,889	0,361	Valid
13	0,877	0,361	Valid
14	0,885	0,361	Valid
15	0,913	0,361	Valid
16	0,936	0,361	Valid
17	0,865	0,361	Valid
18	0,900	0,361	Valid
19	0,893	0,361	Valid
20	0,944	0,361	Valid

⁷⁶ Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (CV. Andi Offset: Yogyakarta, 2005), hlm. 68

21	0,906	0,361	Valid
22	0,845	0,361	Valid
23	0,817	0,361	Valid

Tabel 3. 7

Hasil Perhitungan Uji Validitas Promosi (X₂)

No. Item	r _{hitung}	R _{tabel 5%} (N=30)	Kriteria
1	0,852	0,361	Valid
2	0,854	0,361	Valid
3	0,878	0,361	Valid
4	0,876	0,361	Valid
5	0,886	0,361	Valid
6	0,920	0,361	Valid
7	0,930	0,361	Valid
8	0,928	0,361	Valid
9	0,925	0,361	Valid
10	0,923	0,361	Valid
11	0,890	0,361	Valid
12	0,869	0,361	Valid
13	0,851	0,361	Valid
14	0,862	0,361	Valid
15	0,843	0,361	Valid
16	0,729	0,361	Valid
17	0,717	0,361	Valid

Tabel 3. 8

Hasil Prhitungan Uji Validitas Minat (Z)

No. Item	r _{hitung}	R _{tabel 5%} (N=30)	Kriteria
1	0,961	0,361	Valid
2	0,662	0,361	Valid
3	0,962	0,361	Valid
4	0,662	0,361	Valid
5	0,962	0,361	Valid
6	0,684	0,361	Valid
7	0,970	0,361	Valid

8	0,680	0,361	Valid
9	0,970	0,361	Valid
10	0,680	0,361	Valid
11	0,679	0,361	Valid
12	0,959	0,361	Valid
13	0,750	0,361	Valid
14	0,970	0,361	Valid
15	0,970	0,361	Valid
16	0,970	0,361	Valid
17	0,970	0,361	Valid
18	0,970	0,361	Valid

Tabel 3. 9

Hasil Perhitungan Uji Validitas Keputusan Menjadi Anggota (Y)

No. Item	r_{hitung}	$R_{tabel\ 5\%}$ (N=30)	Kriteria
1	0,901	0,361	Valid
2	0,922	0,361	Valid
3	0,716	0,361	Valid
4	0,886	0,361	Valid
5	0,512	0,361	Valid
6	0,463	0,361	Valid
7	0,953	0,361	Valid
8	0,837	0,361	Valid
9	0,962	0,361	Valid
10	0,782	0,361	Valid
11	0,670	0,361	Valid
12	0,920	0,361	Valid
13	0,935	0,361	Valid
14	0,743	0,361	Valid
15	0,936	0,361	Valid
16	0,714	0,361	Valid
17	0,935	0,361	Valid
18	0,875	0,361	Valid
19	0,839	0,361	Valid

Hasil perhitungan uji validitas sebagaimana table-tabel di atas yang menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} variabel X1, X2, Z dan Y lebih besar dari r_{tabel} pada nilai signifikansi 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian ini variabel Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat dan Keputusan Menjadi Anggota valid sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya dan diandalkan. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana konsistensi dari sebuah pengukuran yang dilakukan beberapa kali.⁷⁷

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya dilakukan masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan melalui aplikasi IBM SPSS Statistics 26 dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *alpha* > 0,60 maka dikatakan reliabel.⁷⁸

Berikut ini merupakan rinasan uji reliabilitas instrument variabel Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat dan Keputusan Menjadi Anggota.

Tabel 3. 10

Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X₁)

No. Item	Koefisien reliabilitas r_{hitung}	r_{tabel} 5%	Keterangan
1	0,906	0,60	Reliabel

⁷⁷ Amos Noerlaka, *Metode Penelitian*,...,hlm.119

⁷⁸ Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu*, ...,hlm. 72

2	0,903	0,60	Reliabel
3	0,900	0,60	Reliabel
4	0,900	0,60	Reliabel
5	0,899	0,60	Reliabel
6	0,901	0,60	Reliabel
7	0,903	0,60	Reliabel
8	0,905	0,60	Reliabel
9	0,903	0,60	Reliabel
10	0,903	0,60	Reliabel
11	0,908	0,60	Reliabel
12	0,907	0,60	Reliabel
13	0,908	0,60	Reliabel
14	0,909	0,60	Reliabel
15	0,909	0,60	Reliabel
16	0,905	0,60	Reliabel
17	0,909	0,60	Reliabel
18	0,908	0,60	Reliabel
19	0,907	0,60	Reliabel
20	0,905	0,60	Reliabel
21	0,907	0,60	Reliabel
22	0,907	0,60	Reliabel
23	0,908	0,60	Reliabel

Tabel 3. 11

Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Promosi (X₂)

No. Item	Koefisien reliabilitas r _{hitung}	r _{tabel 5%}	Keterangan
1	0,978	0,60	Reliabel
2	0,978	0,60	Reliabel
3	0,978	0,60	Reliabel
4	0,978	0,60	Reliabel
5	0,978	0,60	Reliabel
6	0,978	0,60	Reliabel
7	0,977	0,60	Reliabel
8	0,978	0,60	Reliabel
9	0,978	0,60	Reliabel
10	0,978	0,60	Reliabel
11	0,978	0,60	Reliabel

12	0,978	0,60	Reliabel
13	0,979	0,60	Reliabel
14	0,979	0,60	Reliabel
15	0,979	0,60	Reliabel
16	0,980	0,60	Reliabel
17	0,980	0,60	Reliabel

Tabel 3. 12

Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Minat (Z)

No. Item	Koefisien reliabilitas r_{hitung}	$r_{tabel\ 5\%}$	Keterangan
1	0,979	0,60	Reliabel
2	0,982	0,60	Reliabel
3	0,979	0,60	Reliabel
4	0,982	0,60	Reliabel
5	0,979	0,60	Reliabel
6	0,982	0,60	Reliabel
7	0,979	0,60	Reliabel
8	0,982	0,60	Reliabel
9	0,979	0,60	Reliabel
10	0,982	0,60	Reliabel
11	0,982	0,60	Reliabel
12	0,979	0,60	Reliabel
13	0,982	0,60	Reliabel
14	0,979	0,60	Reliabel
15	0,979	0,60	Reliabel
16	0,979	0,60	Reliabel
17	0,979	0,60	Reliabel
18	0,979	0,60	Reliabel

Tabel 3. 13

Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Keputusan Menjadi Anggota (Y)

No. Item	Koefisien reliabilitas r_{hitung}	$r_{tabel\ 5\%}$	Keterangan
1	0,960	0,60	Reliabel
2	0,960	0,60	Reliabel
3	0,965	0,60	Reliabel

4	0,961	0,60	Reliabel
5	0,965	0,60	Reliabel
6	0,968	0,60	Reliabel
7	0,960	0,60	Reliabel
8	0,961	0,60	Reliabel
9	0,959	0,60	Reliabel
10	0,961	0,60	Reliabel
11	0,965	0,60	Reliabel
12	0,960	0,60	Reliabel
13	0,960	0,60	Reliabel
14	0,963	0,60	Reliabel
15	0,960	0,60	Reliabel
16	0,963	0,60	Reliabel
17	0,960	0,60	Reliabel
18	0,961	0,60	Reliabel
19	0,963	0,60	Reliabel

Hasil perhitungan uji reliabilitas sebagaimana table-tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} variabel X_1 , X_2 , Z dan Y lebih besar dari kriteria yang telah ditentukan yaitu $> 0,60$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian ini variabel Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat dan Keputusan Menjadi Anggota reliabel sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

F. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki data residual terdistribusi secara normal atau tidak.

Hal ini bisa dilihat melalui grafik dari data yang ada atau dengan menghitung nilai D statistik.⁷⁹

Setelah menemukan nilai D statistik, dapat dilihat data berdistribusi normal atau tidak melalui ketentuan berikut:

H₀: Data berdistribusi normal

H₁: Data tidak berdistribusi normal

Jika $D_{hitung} \leq D_{tabel \alpha (n)}$ maka terima H₀⁸⁰

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui antar variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Pengujian pada SPSS 26 dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05.

Dapat dikatakan linear apabila signifikansi kurang dari 0,05.⁸¹

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang dilakukan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.⁸² Uji asumsi klasik terdiri dari uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi. Namun, pada penelitian ini hanya menggunakan uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas, karena uji autokorelasi hanya dipakai untuk data *time*

⁷⁹ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*, (PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2013), hlm. 74

⁸⁰ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi,...*, hlm. 77

⁸¹ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (CV. Wade Group: Ponorogo, 2017), hlm. 94

⁸² Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku untuk Orang yang Merasa Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistik*, (Budi Utama: Yogyakarta, 2012), hlm. 108

series (data yang diperoleh dalam kurun waktu tertentu). Sementara untuk data *cross section* (data yang diperoleh secara bersamaan seperti penyebaran kuisioner) tidak perlu dilakukan uji autokorelasi.⁸³

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran antar nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan variance residual suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan lain, atau adanya hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut maka mode tersebut dapat dikatakan homokedastisitas.⁸⁴

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolerasi digunakan untuk menguji variabel bebas, dimana korelasi antar variabel bebas dilihat. Jika terdapat dua variabel bebas berkorelasi sangat kuat, maka secara logika persamaan regresinya cukup diwakili oleh salah satu variabel saja. Korelasi yang dimaksud yaitu nilai $r > 0,90$. Bila korelasi antar variabel kurang dari 0,9 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.⁸⁵

⁸³ Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 6.0*, (DOTPLUS Publisher, Riau: 2021), hlm.34

⁸⁴ Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu,...*, hlm. 62

⁸⁵ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi,...*, hlm. 78

Beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas yaitu sebagai berikut:

- 1) Nilai R² yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, namun secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- 2) Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika korelasi antar variabel kurang dari 0,9 dinyatakan tidak multikolinearitas.
- 3) Multikolinearitas dapat juga diketahui dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai ≤ 10 , maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 4) Adanya multikolinearitas juga dapat diidentifikasi dari nilai *Eigenvalue* sejumlah variabel bebas yang mendekati nol.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁸⁶ Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu data, seperti *mean*, *sum*,

⁸⁶ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Literasi Media Publishing: Yogyakarta, 2015), hlm. 111

*standard deviation, range, nilai minimum, nilai maximum, dan sebagainya.*⁸⁷

2. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

a. Penentuan Hipotesis

1) H_{01} : Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y)

H_{a1} : Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y)

2) H_{02} : Promosi (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y)

H_{a2} : Promosi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y)

3) H_{03} : Minat (Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y)

H_{a3} : Minat (Z) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y)

4) H_{04} : Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y) melalui minat (Z) sebagai variabel intervening

⁸⁷ Azuar Juliandi, Irfan & Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (UMSU Press: Medan, 2014), Hlm. 139

H_{a4}: Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y) melalui minat (Z) sebagai variabel intervening

- 5) H₀₅: Promosi (X₂) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y) melalui minat (Z) sebagai variabel intervening

H_{a5}: Promosi (X₂) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y) melalui minat (Z) sebagai variabel intervening

- 6) H₀₆: Kualitas Pelayanan (X₁) dan Promosi (X₂) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (Y) melalui minat (Z) sebagai variabel intervening

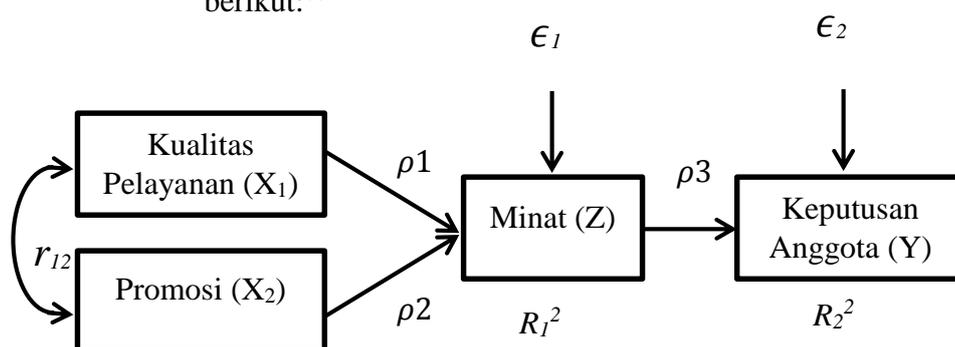
H_{a6}: Kualitas Pelayanan (X₁) Promosi (X₂) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota (Y) melalui minat (Z) sebagai variabel intervening

b. Pengujian Hipotesis dengan Analisis Jalur (*Path Analysis*)

- 1) Penentuan Struktur Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Dalam penelitian ini dilakukan uji analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur (*path analysis*) merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana yang digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat. Dengan demikian model dalam hubungan antar variabel tersebut terdapat variabel eksogen

(variabel dependen) dan variabel endogen (variabel dependen). Melalui analisis jalur ini dapat ditemukan jalur yang paling tepat dan singkat suatu variabel independen menuju variabel dependen yang terakhir. Adapun model dari penelitian ini adalah sebagai berikut:⁸⁸



Gambar 3. 1 Model Persamaan Analisis Jalur

Dalam penelitian ini didapat 2 persamaan persamaan sebagai berikut:

Persamaan 1 : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota dengan Minat sebagai Variabel Intervening.

$$M = \beta \text{Kualitas Pelayanan} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$Y = \beta \text{Kualitas Pelayanan} + \beta \text{Minat} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

Persamaan 2 : Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Anggota dengan Minat sebagai Variabel Intervening.

$$M = \beta \text{Promosi} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$Y = \beta \text{Promosi} + \beta \text{Minat} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

⁸⁸ Imam Heryanto dan Totok Triwibowo, *Path Analysis Menggunakan SPSS dan EXCEL*, (Informatika Bandung: Bandung, 2018), hlm.16

Setelah diperoleh persamaan tersebut, kemudian dilakukan analisis terhadap setiap struktur dengan analisis regresi. Dalam analisis tersebut dicari pengaruh setiap struktur dengan melihat nilai *R-Square* dan koefisien regresi dengan uji t.

2) Uji Mediasi (Metode *Product of Coefficient*)

Pada metode *Product of Coefficient*, setelah satu variabel dinyatakan sebagai variabel mediasi dengan kriteria z hitung $> z$ tabel, maka variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel mediasi dinyatakan memediasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat setelah menghitung koefisien dan standar errornya.⁸⁹

Pada pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji *Sobel Test*, dengan ketentuan membandingkan $p\text{-value} < 0,05$ dan $z\text{-value} > 1,96$ maka variabel intervening mampu memediasi. Sedangkan jika $p\text{-value} > 0,05$ dan $z\text{-value} < 1,96$ maka variabel intervening tidak mampu memediasi. Dalam pengujian *sobel test* ini dilakukan melalui website (<https://www.danielsoper.com>).

H. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Tempat yang dijadikan lokasi penelitian ini adalah salah satu KSPPS yang berada di Kota Tasikmalaya yaitu KSPPS BMT Sahabat Kita Semua yang

⁸⁹ Singgih Santoso, *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2018), hlm. 59

beralamat di Andalusia Garden A2 Jl. AH Nasution Mangkubumi Kota Tasikmalaya .

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini lebih kurang selama 6 (enam) bulan dimulai dari bulan Desember 2020 sampai dengan bulan Mei 2021. Adapun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 14
Alokasi Waktu Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Periode							
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
		2020	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021
1.	Penyusunan Usulan Penelitian								
2.	Seminar Usulan Penelitian								
3.	Pelaksanaan Penelitian a. Pengumpulan data b. Pengolahan data								
4.	Pelaporan a. Penyusunan Laporan b. Laporan hasil penelitian								
5.	Sidang Skripsi								