

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah termasuk dalam jenis penelitian lapangan. Data yang digunakan dalam penelitian lapangan yaitu data primer yang merupakan sumber data penelitian yang didapatkan secara langsung dari pengamatan kegiatan dapat dilakukan dengan memberi kuesioner atau wawancara. Penelitian yang dilakukan dalam hal ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Berdasarkan definisi metode penelitian tersebut peneliti membandingkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE. Hal ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang ditemukan dalam variabel yang diteliti.

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Serba Usaha (KSU) BMT As Salam dan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) MADE yang berlokasi di Kabupaten Demak dengan perimbangan sebagai berikut:

- a. KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE berlokasi di kabupaten Demak.
- b. KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE merupakan lembaga keuangan mikro yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip islam.
- c. KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE telah memiliki ijin usaha dan memiliki perkembangan yang stabil dalam empat tahun terakhir berdasarkan kenaikan jumlah anggota.
- d. KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE memiliki kantor cabang dengan jumlah yang tidak jauh berbeda dan masih mempertahankan eksistensinya sampai saat ini.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih selama 5

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017), 8.

(lima) bulan yang dimulai dari bulan September 2021 sampai Januari 2022. Dimulai dari, survey dan penentuan lokasi penelitian sampai penyusunan laporan penelitian. Dimana Penulis jabarkan pada table 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan September				Bulan Oktober				Bulan November				Bulan Desember				Bulan Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey awal dan penentuan lokasi Penelitian	■	■																		
2.	Penyusunan Awal penelitian			■	■																
4.	Penyusunan instrument Penelitian							■	■	■	■	■	■								
5.	Pengumpulan Data															■	■				
6.	Analisa Data																	■	■		

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Sesuai dengan pendapat tersebut maka yang dijadikan populasi oleh peneliti adalah nasabah Koperasi Serba Usaha (KSU) BMT As Salam dan nasabah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) MADE yang berlokasi di Kabupaten Demak dengan data sebagai berikut:

²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017), 80.

Tabel 3.2
Perbandingan nasabah KSPPS MADE dan KSU KSU
BMT As Salam

Tahun	KSPPS MADE	KSU BMT As Salam
2017	7.873	7.020
2018	8.169	7.210
2019	8.745	7.460
2020	9.282	8.906

2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel dapat didefinisikan sebagai suatu bagian yang ditarik dari populasi. Selain itu juga diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus menunjukkan segala karakteristik populasi sehingga tercermin dalam sampel yang dipilih, dengan kata lain sampel harus dapat menggambarkan populasi yang sebenarnya atau mewakili (*representatif*).³ Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* yaitu pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dijadikan anggota sampel. Berdasarkan pertimbangan tersebut peneliti menentukan rumus slovin yang dipakai dalam menentukan jumlah sampel yang mewakili dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{\left(\frac{Za}{2}\right)^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = tingkat distribusi normal dengan taraf signifikansi 5% (1,96)

e = margin ef error (0,10)

p = proporsi yang diharapkan (0,5)

q = proporsi yang tidak diharapkan (1-p = 0,5)

Hasil perhitungan dengan rumus tersebut ukuran populasi diperoleh antara Koperasi Serba Usaha (KSU) BMT As Salam dan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) MADE.

³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017), 116.

$$n = \frac{\left(\frac{Z_{\alpha}}{2}\right)^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 0,5 \cdot 0,5}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Semakin besar jumlah sampel mendekati populasi maka semakin kecil peliang kesalahan generalisasi. Oleh karena itu peneliti membulatkan sampel menjadi 100 responden pada masing-masing lembaga keuangan. Sampel diperoleh yaitu 100 responden Koperasi Serba Usaha (KSU) BMT As Salam dan 100 responden Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) MADE.

D. Identifikasi Variabel

Operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel diperlukan dalam menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam suatu penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Dalam penelitian yang dilakukan penulis terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Adapun penjelasan dari masing-masing variabel itu adalah sebagai berikut:⁴

1. Variabel Independen atau Bebas (X1, X2 dan X3)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (dependen). Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang diukur atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi. Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini meliputi:⁵

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017) 63.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017) 33

- a. Reputasi (X1)
Reputasi mempunyai peran yang penting dalam menciptakan kepercayaan konsumen atau dalam lembaga keuangan syariah mampu membangun kepercayaan nasabah. Reputasi mampu berperan sebagai mediator yang menjembatani pengaruh tingkat kepercayaan, mengingat secara tidak langsung upaya meningkatkan reputasi dengan kompetensi, kredibilitas dan nama baik secara berkelanjutan mampu memberikan nilai tambah kepercayaan pihak lain terhadap suatu organisasi.⁶
- b. *Service Excellence* (X2)
Service excellence atau pelayanan yang terbaik merupakan harapan yang mampu diberikan perlindungan kepada pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dan menjadi standar dalam perusahaan, tidak terkecuali lembaga keuangan syariah yang berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk anggota dan nasabah. Pelayanan yang baik bukan hanya membuat pelanggan puas terhadap perusahaan melainkan mampu meningkatkan loyalitas dan kepercayaan yang dalam hal ini menjadi konsep penting perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya.⁷ *Service excellence* dengan *image* yang baik akan dikenal sebagai perusahaan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan.⁸
- c. *Syariah Marketing* (X3)
Syariah marketing diperlukan untuk kelancaran dan keberlangsungan lembaga keuangan. Penelitian sebelumnya menyebutkan *syariah marketing* sebuah strategi bisnis yang mampu menciptakan, menawarkan, dan memberikan perubahan value dari satu inisiator kepada *stakeholther* yang dalam prosedurnya sesuai dengan prinsip bisnis islam. Penerapan syariah marketing dengan tepat mampu mewujudkan tujuan perusahaan untuk mendapatkan

⁶ Anna Wulandari, "Peran Reputasi Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen", *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen* 14, no 2 (2017): 125.

⁷ Zein Bastiar, "Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Manajerial* 8, No 16 (2010): 64.

⁸ Anna Wulandari, "Peran Reputasi Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen", *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen* 14, no 2 (2017): 125.

kepercayaan dari pihak lain atau dalam lembaga keuangan mampu menciptakan kepercayaan nasabah.⁹

Tabel 3.3

Instrumen Variabel Independen

Variabel	Indikator	Keterangan	Skala
Reputasi	1. Nama baik 2. Reputasi pesaing 3. Dikenal luas 4. Kemudahan diingat. ¹⁰	a. Seorang pemimpin harus memiliki integritas. b. Pemimpin harus memiliki kompetensi bekerja. c. Pemimpin harus memberikan citra positif untuk lingkungan. d. Pemimpin harus memiliki brand image untuk dikenal dan diingat.	<i>Linkert</i>
<i>Service Excellence</i>	1. <i>Reliability</i> (kehandalan) 2. <i>Emphaty</i> (perhatian)	a. Memberikan pelayanan dengan baik. b. Pelayanan cepat dan tepat. a. Memberikan perhatian lebih kepada masyarakat ataupun nasabah. b. Memberikan penjelasan yang jelas kepada nasabah dan sabar	<i>Linkert</i>

⁹ Tri Atmadi Nugroho, Edy Yulianto, Dan Sunarti, “Pengaruh Syariah Marketing Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Jaksa Agung Suprpto Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 42, no 2 (2017): 11.

¹⁰ Asti Miftahlia, Ummu S, Dan Eko Kurnia P, Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Untuk Menabung Di KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia (Aulia) Magelang, Prosiding Business And Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology, *Febebeficum*: 376.

	<p>3. <i>Assurance</i> (jaminan)</p> <p>4. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)</p> <p>5. <i>Tangible</i> (bukti fisik).¹¹</p>	<p>dalam melayani nasabah.</p> <p>c. Mampu berkomunikasi dengan baik berbaur dengan masyarakat.</p> <p>a. Mampu menjaga rahasia nasabah dengan baik tentang keuangan dan hal lainnya.</p> <p>b. Pelayanan dan lingkungan yang sesuai prosedur.</p> <p>c. Karyawan menyelesaikan pekerjaan dengan target waktu yang jelas.</p> <p>a. Tanggap dengan kebutuhan nasabah.</p> <p>b. Tepat waktu dalam melayani nasabah.</p> <p>a. Kondisi ruang yang nyaman dan bersih.</p> <p>b. Penampilan karyawan rapi dan menarik.</p> <p>c. Sarana dan prasarana yang cukup lengkap seperti computer dan msin hitung</p>	
--	---	--	--

¹¹ Parasuraman, Berry, dan Zeithaml, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing* 49 (1985): 41-50.

		<p>uang.</p> <p>d. Adanya lahan parkir yang ukup luas.</p>	
<i>Syariah Marketing</i>	<p>1. <i>Teistis (rabbaniyah)</i></p> <p>2. <i>Etis (akhlaqiyah)</i></p> <p>3. <i>Realistis (al-waqi''iyah)</i></p> <p>4. <i>Humanistis (al-insaniyyah).</i>¹²</p>	<p>a. Memasarkan produk sesuai prinsip syariah.</p> <p>b. Menyampaikan produk dengan jujur dan adil.</p> <p>c. Produk dapat diterima semua kalangan sesuai situasi dan kondisi.</p> <p>d. Produk yang ditawarkan mampu memberikan manfaat dan kehidupan yang lebih baik.</p>	<i>Linkert</i>

2. Variabel Dependen

Variabel dependen menurut Sugiyono merupakan variabel yang dipengaruhi akibat karena adanya variabel bebas.¹³ Variabel dependen (terikat) yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat kepercayaan, menurut menurut Joko kepercayaan adalah keyakinan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi bahwa orang yang dipercayai memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.¹⁴

¹² Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2010), 65.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017) 39.

¹⁴ Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 73.

Tabel 3.4
Instrumen Variabel Dependen

Variabel	Indikator	Keterangan	Skala
Kepercayaan	1. Kepuasan 2. Skala interpersonal (<i>Interpersonal scale</i>) 3. Terpercaya (<i>Trustworthiness</i>). ¹⁵	1. Kepuasan merupakan sikap terhadap hasil transaksi dan akan memengaruhi perilaku selanjutnya dari konsumen, serta memengaruhi tingkat loyalitas konsumen. 2. Dalam skala interpersonal diukur mengenai hubungan interpersonal, yaitu hubungan satu individu dengan individu yang lain yang ada dilingkungannya dengan baik. 3. Terpercaya berkenaan dengan kepercayaan konsumen pada kebaikan, kemampuan, kejujuran, integritas, keandalan, dan ketulusan dalam pelayanan yang diberikan	<i>Linkert</i>

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, dengan kata lain instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid berarti

¹⁵ Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 81.

instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang harusnya diukur. Untuk menguji validitas instrument penelitian digunakan teknik korelasi *product moment* yang dirumuskan:¹⁶

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara X dan Y

n = Jumlah Responden

$\sum Y$ = Total Skor Item

$\sum 2$ = Jumlah kuadrat seluruh skor X

$\sum 2$ = Jumlah kuadrat seluruh skor Y

Dalam penelitian ini untuk menghitung tingkat validitasnya dilakukan dengan menggunakan *softwer* alat bantu program *Statistical Package for Social Science (SPSS) for window versi 25*, sehingga dapat diketahui nilai dari kuesioner pada setiap variabel bebas. Kriteria atau syarat keputusan suatu instrumen dikatakan valid dan tidaknya yaitu dengan membandingkan antara *Chronbach Alpha* dengan 0,30 dengan ketentuan:

- a. Jika *Chronbach Alpha* > 0,30 maka instrumen valid
- b. Jika *Chronbach Alpha* < 0,30 maka instrumen tidak valid

Dalam pengujian validitas ini, digunakan *softwer* SPSS versi 25 dengan langkah- langkah sebagai berikut:

- a. Buka menu SPSS 25 statistik
 - b. Klik type in data kemudian masukkan data mentah
 - c. Pilih menu *analyze*, pilih *correlate* dan klik *bivariate* masukkan data (nilai seluruh item sampai pada total score)
 - d. Pilih rumus *correlation coefficient spearman*
 - e. Klik two- tailed pada kolom test of significance
 - f. Kemudian klik OK
2. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur dilakukan secara berulang. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban tertentu. Menurut Sugiyono

¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017), 203

berpendapat “Instrumen yang reliabel jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau penelitian sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama.¹⁷ Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pernyataan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai, dalam hal ini menggunakan skala rating 1 sampai dengan lima cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:¹⁸

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

- r^{11} = Koefisien Reabilitas
 k = Jumlah butir pernyataan
 $\sum \sigma^2$ = Jumlah variansi butir pernyataan
 σ_1^2 = Variansi Total

Jumlah varians skor setiap item dan varians total dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:¹⁹

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

- σ^2 = Variansi tiap item
 n = Jumlah Responden

Dalam penelitian ini untuk menghitung tingkat reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *softwer* alat bantu program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) for window versi 25. Kriteria yang digunakan apabila suatu alat ukur memberikan

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*. (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017), 168

¹⁸ Indartono, Setyabudi. *Metodologi Riset SDM*. (Yogyakarta. UNY Press, .2017). 277

¹⁹ Indartono, Setyabudi. *Metodologi Riset SDM*. (Yogyakarta. UNY Press, .2017). 278

hasil yang stabil, maka disebut alat ukur itu handal. Pengukuran dilakukan sekali dan reliabilitas dengan uji statistik. Penelitian ini juga melalui pengukuran dengan analisis *Cronbach's Alpha*, dimana diklasifikasikan nilai *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka instrumen reliable
- b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka instrumen tidak reliabel

Dalam pengujian reliabilitas ini digunakan *softwer* SPSS versi 25 dengan langkah- langkah sebagai berikut:

- a. Buka menu SPSS 25 statistik
- b. Klik type in data kemudian masukkan data mentah
- c. Pilih menu analyze – scale- reliability analysis masukkan data (nilai seluruh item tidak dengan total score)
- d. Pilih rumus koefisien alpha Cronbach
- e. Plih menu statistic
- f. Kemudian klik item dan *scale if item deleted- continue-ok*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengertian dari pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam pengumpulan data ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Teknik Pengumpulan Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner, yaitu sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada responden secara tertulis terutama yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan dijawab dengan jawaban yang tersedia. Masing-masing jwaban mengacu pada skala likert. Menurut Sugiyono skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap instrumen mengacu pada skala likert sebagai berikut .²⁰

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017). 93

Tabel 3.4
Skala Likert²¹

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Menurut Sugiyono data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka seperti buku, jurnal, maupun artikel dari internet yang dapat mendukung dan melengkapi penelitian ini.²²

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali berpendapat Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Dengan demikian uji ini untuk memeriksa apakah data yang berasal dari populasi terdistribusi normal atau tidak.²³ Dalam pengujian ini, digunakan *software* SPSS versi 25. Lebih lanjut Ghozali menjelaskan bahwa uji normalitas dapat berpedoman pada uji *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017). 94.

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017). 131

²³Imam Ghozali, "Deskripsi Buku Analisis Multivariate Dengan SPSS 25. (Semarang: BPFW Universitas Diponegoro, 2017), 160

Uji normalitas juga dapat dideteksi dengan melihat penyebaran pada (titik) pada sumbu diagonal pada grafik. Adapun menurut Ghozali dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut²⁴:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

Dalam pengujian normalitas ini, digunakan *software* SPSS versi 25 dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Klik *analyze-regresion - linier*
 - b. Pindahkan item utama ke kotak dependen. Item pendukung ke kotak independen klik *save, unchecklist mahalanobis distance, checklist residual unstandardized* lalu klik *continue*.
 - c. Klik *OK* , hasil *Res_1* keluar pada ujung paling kanan input data
 - d. Klik *analyze-non parametric test-legalcy dialogs-1sample K-S*
 - e. Klik *unstandardised residual* pindahkan ke kotak *test variabel list*. Pastikan *test distribution -normal* telah di *check list* lalu klik *OK* muncul tabel *one - sample kolmogorov smirnov-test*.
2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu adanya korelasi antar anggota sampel Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dimana, digunakan dalam penelitian ini adalah autokorelasi dengan metode *Runs Test*. Ghozali menerangkan bahwa runs test sebagai bagian dari statistik non-parametik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. *Runs Test* digunakan dengan tingkat signifikansi 0.05. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. *Runs Test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis). Apabila nilai signifikansi kurang dari signifikansi 0.05 yang berarti hipotesis nol ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual tidak random atau terjadi

²⁴Imam Ghozali, "Deskripsi Buku Analisis Multivariate Dengan SPSS 25. (Semarang: BPFW Universitas Diponegoro, 2017), 164

autokorelasi antar nilai residual. Runs Test dilakukan dengan membuat hipotesis dasar²⁵, yaitu:

H_0 : residual (res_1) random (acak).

H_a : residual (res_1) tidak random

Dengan hipotesis dasar diatas, maka dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *Runs Test* adalah²⁶ :

- a. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil < dari 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi.
- b. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar > dari 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

Dalam pengujian autokorelasi ini, digunakan *software* SPSS versi 25 dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Buka Program SPSS
 - b. Pada kolom menu klik *Analyse*,
 - c. Kemudian pilih *Regression*,
 - d. Pilih *Linier*,
 - e. Masukkan variabel item pernyataan variabel independen ke kotak Independen dan variabel dependen ke kotak dependent,
 - f. Kemudian Klik *Statistik* lalu centang (V) pada *Unstandardized* untuk *residuals*.
 - g. Klik *Continue*, dan *Ok*.
 - h. Perhatikan pada bagian *Data View* muncul variabel baru dengan nama *RES_1*.
 - i. Langkah selanjutnya adalah klik *Analyze Tests – Legacy Dialogs – Runs Test*.
 - j. Lalu kotak dialog *Run Test*, kemudian masukan variabel *Unstandardized Residual* ke kotak *Test Variabel List*, pada bagian Cut Point berikan tanda centang (V) untuk *median*.
3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah

²⁵Imam Ghozali, “Deskripsi Buku Analisis Multivariate Dengan SPSS 25. (Semarang: BPFW Universitas Diponegoro, 2017), 120

²⁶Imam Ghozali, “Deskripsi Buku Analisis Multivariate Dengan SPSS 25. (Semarang: BPFW Universitas Diponegoro, 2017), 120

dengan menggunakan uji *Glejser*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut²⁷:

$$\text{Ln} = (\varepsilon_i^2) = \beta_0 + \text{Ln}X_i + \mu_i$$

Keterangan:

Ln = Regresi

ε_i^2 = Kuadrat nilai undstandarized residual dari uji regresi

β_0 = Konstanta regresi

$\beta \ln(X1)$ = Konstanta regresi variabel independen

μ_i = Residual test

Menurut Ghozali, ketentuan dalam uji *Glejser* dapat melihat hasil uji nilai residual absolut diregresi dengan variabel independen. Dalam pengujian ini, digunakan *software* SPSS versi 25.²⁸ Adapun ketentuan terjadi atau tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- Jika variabel independen signifikan secara statistik memiliki nilai *signifikansi* (Sig.) < 0,05, maka terjadi gangguan heteroskedastisitas.
- Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik memiliki nilai *signifikansi* (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

Cara lain dalam menganalisis asumsi Heteroskedastisitas dapat juga dengan melihat grafik *scatter plot* sebagai berikut:

- Jika penyebaran data pada *scatter plot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem Heteroskedastisitas.
- Jika penyebaran data pada *scatter plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem Heteroskedastisitas.

Dalam pengujian heteroskedastisitas ini, digunakan *software* SPSS versi 25 dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Buka Program SPSS Versi 25
- Buka menu *Transform*, Klik *Compute variable*.
- Lalu pada kolom “Target Variabel” ketik: RES2

²⁷ Imam Ghozali, “Deskripsi Buku Analisis Multivariate Dengan SPSS 25. (Semarang: BPFW Universitas Diponegoro, 2017), 139

²⁸ Imam Ghozali, “Deskripsi Buku Analisis Multivariate Dengan SPSS 25. (Semarang: BPFW Universitas Diponegoro, 2017), 142.

- d. Pada Kolom: “*Numeric Expression*” ketik ABS_RES(RES_1), Lalu Klik OK
 - e. Kemudian lihat pada Data View maka akan muncul Variabel baru dengan nama RES2.
 - f. Kemudian klik *Analyse*, pilih *Regression*, Klik *Linier*
 - g. Keluarkan variabel Y diganti dengan variabel RES_2, lalu save.
 - h. Muncul *Linier Regression: Save*, lalu hilangkan tanda centang di *Understand*, kemudian klik *Continue*, lalu klik OK.
4. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
- Uji t atau uji parsial dimaksudkan menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Dalam penelitian ini rumusan hipotesis yang dibuat adalah sebagai berikut:
- a. Variabel Reputasi (X1)

Ha: $\rho_1 = 0$ Terdapat pengaruh signifikan antara reputasi terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE.

H0: $\rho_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan antara reputasi terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE.
 - b. Variabel *Service Excellence* (X2)

Ha: $\rho_2 = 0$ Terdapat pengaruh signifikan antara *service excellence* terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE.

H0: $\rho_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan antara *service excellence* terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE.
 - c. Variabel *Syariah Marketing* (X3)

Ha: $\rho_2 = 0$ Terdapat pengaruh signifikan antara *syariah marketing* terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE.

H0: $\rho_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan antara *syariah marketing* terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSU KSPPS MADE.
 - d. Variabel Kepemimpinan, Motivasi dan Lingkungan Kerja (X1, X2, & X3)

Ha: $\rho_2 = 0$ Terdapat pengaruh signifikan antara reputasi, *service excellence* dan *syariah marketing* terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE.

H0: $\rho_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan antara reputasi, *service excellence* dan *syariah marketing* terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE.

Rumus yang digunakan dalam pengujian hipotesis (uji t) ini, menurut Sugiyono dapat menggunakan dengan mencari nilai t hitung dengan rumus sebagai berikut²⁹:

$$t = \frac{r_1 \sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r_1^2)}}$$

Keterangan:

t = Probabilitas

r = Koefisien korelasi parsial

n = Jumlah sampel.

Taraf signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$ artinya kemungkinan hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5%. Dalam pengujian ini, digunakan *software* SPSS versi 25. Kriteria hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima.
- b. Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak.

Kriteria dikatakan signifikan jika nilai t hitung $>$ t tabel atau *probability signifikansi* $<$ 0,05. Dalam pengujian hipotesis (uji t) ini, digunakan *software* SPSS versi 25 dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Masuk program SPSS
 - b. Klik *analyze-regression-linear*
 - c. Klik variabel pendukung pindahkan ke kotak independen dan pada kotak dependen isi dengan variabel utama
 - d. Klik *OK* maka hasil output yang di dapat *pada anova, coefficient* dan tabel model *summary*.
2. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Menurut

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017). 184

Sugiyono persamaan *correlation pearson* dinyatakan dalam rumus sebagai berikut³⁰:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) \cdot (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan³¹:

r : Korelasi antara variabel independen dan variabel dependen

n : Banyaknya sampel

X : Nilai variabel independen (bebas)

Y : Nilai variabel dependen (terikat)

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai $r > 0$, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat merupakan hubungan yang positif yaitu semakin besar nilai variabel bebas, maka semakin besar pula pengaruh terhadap nilai variabel terikat.
- b. Apabila nilai $r < 0$, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat merupakan hubungan negatif, yaitu semakin kecil variabel bebas, maka semakin kecil nilai variabel terikat.
- c. Apabila nilai $r = 0$, maka antara variabel bebas dan variabel terikat tidak ada hubungan sama sekali.
- d. Apabila $r = 1$ berarti terdapat hubungan positif yang sempurna antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- e. Apabila nilai $r = -1$, maka telah terjadi hubungan negatif yang sempurna antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Dalam pengujian ini, digunakan *software* SPSS versi 25. Lebih lanjut menurut Sugiyono untuk menginterpretasikan hasil koefisien korelasi dapat berpedoman pada tabel sebagai berikut³²:

³⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017). 274

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017). 183

³²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: R&D. Alfabeta, 2017). 184

Tabel 3.6
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Nilai Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat kuat

Dalam pengujian koefisien korelasi ini, digunakan *software* SPSS versi 25 dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Masuk program SPSS
- b. Klik variabel *view* ada SPSS data editor untuk menginput data variabel
- c. Pada barisan pertama kolom *name* ketik item pendukungnya pada *type* pilih *numeric*
- d. Pindahkan ke kotak data *view* dan input data sesuai dengan variabelnya
- e. Klik *analyze-regression-linear*
- f. Klik variabel pendukung pindahkan ke kotak independen dan pada kotak dependen isi dengan variabel utama
- g. Klik *OK* maka hasil output yang di dapat pada *anova*, *coefficient* dan *tabel model summary*.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut

untuk membantu perkiraan. Dengan demikian, analisis regresi sering disebut analisis prediksi. Oleh karena merupakan prediksi maka nilai prediksi tidak selalu tepat dengan nilai riilnya. Uji regresi linier berganda biasanya berhubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh reputasi (X_1), *service excellence* (X_2) dan *syariah marketing* (X_3) terhadap tingkat kepercayaan (Y). Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = tingkat kepercayaan
 a = konstanta
 b_1 = koefisien regresi reputasi dengan tingkat kepercayaan
 b_2 = koefisien regresi *service excellence* dengan tingkat kepercayaan
 b_3 = koefisien regresi *syariah marketing* dengan tingkat kepercayaan
 X_1 = reputasi
 X_2 = *service excellence*
 X_3 = *syariah marketing*
 e = standar error

2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi mendekati angka 1 maka dapat dikatakan sebagai sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung atau semakin besar. Hal ini merupakan model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel yang tergantung atau terikat.³³

3. Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter

³³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: BP Undip, 2011), 97.

simultan dilakukan dengan uji statistik F. Perhitungan F hitung dicari dengan formasi:³⁴

$$F_{\text{hitung}} = \frac{(Y - Y')^2 / k}{(Y - Y')^2 / (n - k - 1)}$$

Adapun langkah pengujian uji F adalah:

- a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

H_0 ; $b_1 = b_2 = b_3 = 0$ (proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan).

H_1 ; minimal satu koefisien dari $b_1 \neq 0$ (proporsi variasi dalam terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan).
- b. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 1%; $df = k; n - (k+1)$
- c. Mengambil keputusan apakah model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Dengan menggunakan kriteria berikut ini, jika H_0 ditolak maka model dapat digunakan karena, baik besaran maupun tanda (+/-) koefisien regresi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat akibat perubahan variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut :

$F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$; maka H_0 diterima

$F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$; maka H_0 ditolak
- d. Kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5$ persen : menolak H_0

4. Uji t Parsial

Menurut Ghozali uji t parsial digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.³⁵ Adapun langkah pengujian uji t adalah:

- a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 73.

³⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: BP Undip, 2011), 88.

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 < \neq 0$, ada pengaruh bermakna antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.

- b. Menghitung nilai t dengan rumus :

$$t = \frac{\beta_i - \beta_i}{se(\beta_i)}$$

- c. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 5%; $df = n$
 d. Mengambil keputusan dengan menggunakan kriteria berikut ini :

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 ditolak

- e. kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5$ persen : menolak H_0

