BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan sebuah cara untuk mendapatkan pengetahuan tentang apa saja. Penelitian membantu manusia mendapatkan pengetahuan yang sifatnya ilmiah, dapat dipertanggungjawabkan dan objektif, bukan didasarkan pada intuisi, dengan atau insting belaka.[72] Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel tersebut diukur dengan instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.[73]

Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan adalah penelitian survei, yaitu penelitian dengan menggunakan kuisioner atau angket sebagai sumber data utama. Dalam penelitian survei, responden diminta untuk memberikan jawaban singkat yang sudah tertulis di dalam kuisioner atau angket untuk kemudian jawaban dari seluruh responden tersebut diolah menggunakan teknik analisis kuantitatif tertentu.[74]

---

[72] Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 8.

[73] Juliansyah Noor, Metodologi *Penelitian: Skripsi, Tesisi, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 38.

[74] Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder…*, 19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun Gresik yang beralamatkan di Jalan Raya Pasar Dukun No. 40 Sembungan Kidul Dukun Gresik. Peneliti memilih tempat ini karena kepala dan karyawan yang ada sangat ramah kepada peneliti dan juga para nasabah, sehingga penelitian yang dilakukan ini bisa berjalan dengan lancar karena pihak kepala dan karyawan sangat membantu baik dari segi data-data yang dibutuhkan peneliti maupun keterbukaan mereka terhadap manajemen BMT. Selain itu, BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun ini sangat dipercaya oleh masyarakat sekitar, sehingga banyak nasabah yang melakukan transaksi di BMT ini, dan hal itu sangat membantu dalam proses penelitian ini. Alasan selanjutnya adalah kantor BMT yang mudah dijangkau oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan pada bulan November sampai Desember 2014.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek/subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.[75]

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun yang menggunakan pembiayaan *murābaḥah* selama tahun 2014 yang berjumlah 438 nasabah.

[75] Ibid., 66.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian.[76] Untuk menentukan berapa sampel yang akan diambil, dapat digunakan beberapa teknik sampling atau teknik pengambilan sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*.

Nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.[77] Adapun teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *acidental sampling,* teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[78]

Cara menentukan jumlah elemen/anggota sampel dari suatu populasi adalah sebagai berikut[79]:

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

Keterangan:

n : Jumlah elemen/anggota sampel

N : Jumlah elemen/anggota populasi

[76] Mardalis, *Metode Peneltian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: BUMI AKSARA, 1995), 55.
[77] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 84.
[78] Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*…, 70.
[79] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesisi, Disertasi, & Karya Ilmiah*…, 158.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E : Error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1 (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Berdasarkan rumus diatas, dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$n = \frac{438}{1+(438\ x\ 0{,}1^2)} = 81{,}41264$, atau dibulatkan menjadi 81 orang.

Dari hasil tersebut, maka peneliti mengambil sampel sebesar 81 orang/nasabah yang menggunakan pembiayaan *murābaḥah*.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.[80]

Definisi lain menyebutkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[81]

Adapun variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

1) Variabel independen, disebut juga variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang

[80] Ibid., 48.
[81] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D…*, 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terjadi terlebih dulu.[82] Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel "X". Variabel independen dalam penelitian ini adalah kebutuhan (X_1), kelompok referensi (X_2), dan promosi (X_3).

2) Variabel dependen, merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.[83] Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel "Y". Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembiayaan *murābaḥah* (Y).

E. Definisi Operasional

Definisi operasional memuat penjelasan tentang pengertian yang bersifat operasional dari konsep/variabel penelitian sehingga bisa dijadikan acuan dalam menelusuri, menguji atau mengukur variabel tersebut melalui penelitian.[84]

Agar lebih memudahkan penelitian ini, maka peneliti mendefinisikan beberapa istilah sebagai berikut:

1) Kebutuhan (X_1) : Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya.[85] Sedangkan yang dimaksud dengan kebutuhan dalam penelitian ini adalah motivasi nasabah untuk menikmati kegunaan barang atau jasa yang bermanfaat bagi kelangsungan hidup mereka melalui pembiayaan *murābaḥah.* Adapun

[82] Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder…*, 51.
[83] Ibid.
[84] Tim Penyususn Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi…*, 9.
[85] Al-Ghazali dalam Mustafa Edwin Nasution et al, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam…*, 69.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

indikator kebutuhan menurut Abraham Maslow dalam penelitian ini adalah hal-hal yang berhubungan dengan cara orang memenuhi kebutuhan fisik, kebebasan dari ancaman kejadian dan lingkungan, kebutuhan untuk menjadi bagian dari suatu kelompok dan masyarakat, harapan atas penghargaan diri dan dari orang lain, pembuktian prestasi melalui potensi/kemampuan yang dimiliki.[86]

2) Kelompok Refrerensi (X_2) : Kelompok yang melibatkan satu atau lebih orang yang dijadikan sebagai dasar pembanding atau titik referensi dalam membentuk tanggapan *afeksi* dan *kognisi* serta menyatakan perilaku seseorang.[87] Indikator kelompok referensi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah memiliki relevansi yang kuat, keaktifan kelompok referensi, kredibilitas kelompok referensi, pengalaman dari kelompok referensi, pengetahuan kelompok referensi mengenai produk.[88]

3) Promosi (X_3) : Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang aktivitas pemasarannya berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.[89] Indikator promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah iklan melalui media,

---

[86] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua…*, 27.
[87] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 194.
[88] James F. Engel, dkk, *Consumer Behavior Eight Edition*, (The Dryden Press: Forth Worth, 2001), 178.
[89] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta:CV. ANDI OFFSET, 2008), 219.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

iklan melalui baliho, poster dan brosur, adanya promosi penjualan, misalnya pemberian hadiah, bonus, dan kupon.[90]

4) Keputusan Konsumen (Y) : Pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini yang dimaksud keputusan konsumen adalah keputusan pembiayaan *murābaḥah*. Indikator keputusan konsumen dalam penelitian ini adalah adanya kebutuhan dan keinginan, keputusan membeli atas dasar informasi dari sumber-sumber yang berkaitan, keputusan membeli setelah melakukan penilaian dan seleksi terhadap berbagai alternatif.[91]

Dalam keputsan konsumen, ada banyak faktor yang mempengaruhi proses keputusan konsumen, sebagaimana telah dijabarkan dalam bab kajian pustaka. Namun dalam penelitian ini hanya dibatasi pada tiga faktor saja yang mempengaruhi proses keputusan konsumen yaitu kebutuhan, kelompok referensi, dan promosi.

F. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai

---

[90] Suryadi dan Hutomo dalam Nanang Susanto, (2010), "Pengaruh Harga, Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk HP di Kota Semarang"

[91] Doni Hariadi (2013:74) dalam http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/651/jbptunikompp-gdl-robbyhardi-32509-10-unikom_r-i.pdf. diakses pada 05 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga lebih akurat, efisien, dan komunikatif.[92]

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*, yang mana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban yang digunakan dalam skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut perlu diberi skor. Pedoman dalam pemberian skor adalah sebagai berikut[93]:

Tabel 3.1

Skor Jawaban Koesioner

No	Pernyataan/Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian,

[92] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D…*, 92.
[93] Ibid., 93-94.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu apakah pertanyaan yang diajukan kepada responden didalam kuisioner mampu mengukur atau mengungkapkan sesuatu yang ingin diukur. Validitas berhubungan dengan mengukur alat yang digunakan, jika alat yang digunakan sesuai maka instrumen tersebut disebut instrumen yang valid.[94]

Untuk memenuhi syarat validitas, maka butir pertanyaan atau pernyataan dalam penelitian harus memiliki koefisien korelasi yang telah ditetapkan. Batas minimum dianggap memenuhi syarat validitas apabila r = 0,3. Apabila korelasi antara butir skor dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.[95] Metode lain dalam pengambilan keputusan pada uji validitas adalah menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dengan kriteria sebagai berikut[96]:

a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuisioner tersebut valid.
b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuisioner tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki pengertian bahwa sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang

---

[94] Ferdinand dalam Ramdhani Harri Pratama, "Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kota Semarang" (Skripsi--Universitas Diponegoro, Semarang, 2013), 74.

[95] Abdul Muhid, *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Windows*, (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2012), 96.

[96] Priyatno Duwi, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baik apabila alat ukur tersebut selalu memberikan hasil yang sama meskipun digunakan berkali-kali baik oleh peneliti yang sama maupun peneliti yang berbeda.[97]

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, digunakan teknik pengujian dengan metode *Cronbach Alpha*. Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas menggunakan batasan 0,6 dengan kriteria sebagai berikut[98]:

a) Apabila hasil koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut reliable.
b) Apabila hasil koefisien *Cronbach Alpha* lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut tidak reliable.

H. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan. Atau suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode, dan lain-lain.

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang

[97] Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 89.
[98] Priyatno Duwi, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data…*,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersangkutan yang memerlukannya.[99] Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban kuisioner dan hasil wawancara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.[100] Data sekunder dalam penelitian ini berupa penelitian terdahulu, data yang diperoleh dari perpustakaan, data dari pihak BMT, jurnal dan media elektronik.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.[101] Sumber data primer dalam penelitian ini adalah penyebaran kuisioner kepada sampel responden yang telah ditentukan (nasabah pembiayaan *murābaḥah*), berupa data mentah dengan skala *likert,* wawancara pada responden mengenai pengaruh kebutuhan, kelompok referensi, dan promosi terhadap keputusan pembiayaan *murābaḥah* di KJKS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun Gresik.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain

[99] Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 19.
[100] Ibid.
[101] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D…*, 137.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau lewat dokumen.[102] Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari penelitian terdahulu, literatur-literatur tentang perilaku konsumen baik dari perpustakaan atau jurnal, catatan/data dari pihak BMT, dan media elektronik (internet).

I. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian yang berkenaan dengan validitas dan reliabilitas dan kualitas pengumpulan data yang berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan, antara lain:

1. Kuisioner (Angket)

   Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.[103] Jenis angket yang digunakan adalah angket dengan skala *likert*. Kuisioner ini dibagikan kepada nasabah pembiayaan *murābaḥah*.

[102] Ibid.
[103] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*…, 142.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.[104] Wawancara yang dilakukan peneliti adalah wawancara terstruktur, maksudnya dalam wawancara tersebut peneliti telah menyiapkan pertanyaan- pertanyaan dengan cermat dan jelas,[105] yang nantinya akan dijawab oleh responden dan jawaban yang didapat akan dicatat atau direkam. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan nasabah pembiayaan *murābaḥah.*

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud adalah alat pengumpulan data berupa catatan-catatan atau barang tertulis. Dokumentasi dilakukan dengan cara mencatat data, brosur, dan foto pada KJKS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun Gresik.

J. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian yang telah diajukan sebelumnya. Adapun alat yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

[104] S. Nasution. *Metode Research (Penelitian Ilmiah),* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), 113.
[105] Ibid, 117.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat untuk menyelidiki hubungan antara variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel independennya lebih dari satu yaitu kebutuhan, kelompok referensi, dan promosi.

Kegunaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kebutuhan, kelompok referensi, dan promosi terhadap keputusan pembiayaan *murābaḥah.*

Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut[106]:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembiayaan *murābaḥah*

a = Konstanta

b_1-b_3 = Koefisien regresi yang akan ditaksir

X_1 = Kebutuhan

X_2 = Kelompok referensi

X_3 = Promosi

e = Nilai residu

[106] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 275.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Koefisien Determinansi (R^2 atau R Square)

Koefisien determinansi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independennya. Nilai koefisiensi determinansi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapat nilai pemeriksa yang efisien, perlu dilakukan pengujian untuk mengetahui model regresi yang dihasilkan dengan memenuhi syarat asumsi klasik yang meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan Kolomogorov – Smirnov (KS) Test, dengan syarat jika *asymp sig* (2-tailed) > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya jika *asymp sig* (2-tailed) < 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengamatan yang lain. Jika varian pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut dengan homokedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi adalah homokedastisitas.[107]

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode Uji Korelasi *Spearman's Rho* yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai *unstandardized residual* dengan masing-masing variabel independen (X_1, X_2, X_3), dan suatu hasil penelitian regresi dinyatakan tidak memiliki gejala heterokedastisitas apabila nilai p-value atau signifikansi > 0,05.

3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier.[108]

Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya masalah multikolinieritas adalah dengan metode TOL (*Tolerance*) dan

[107] Ramdhani Harri Pratama, "Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kota Semarang" (Skripsi--Universitas Diponegoro, Semarang, 2013), 76.
[108] Ibid., 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinier.[109]

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan D-W (Durbin Watson). Menurut Imam Ghozali apabila nilai dU < d < 4-dU, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif maupun negatif.

4. Uji Hipotesis Penelitian

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan pengujian uji-F dan uji-T.

1. Uji-F (Serentak/Simultan)

Uji F yaitu uji untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

a) Rumusan hipotesis, sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor kebutuhan, kelompok referensi, dan promosi terhadap keputusan pembiayaan *murābaḥah.*

[109] Ibid., 90.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kebutuhan, kelompok referensi, dan promosi terhadap keputusan pembiayaan *murābaḥah.*

b) Menentukan Taraf Signifikansi.

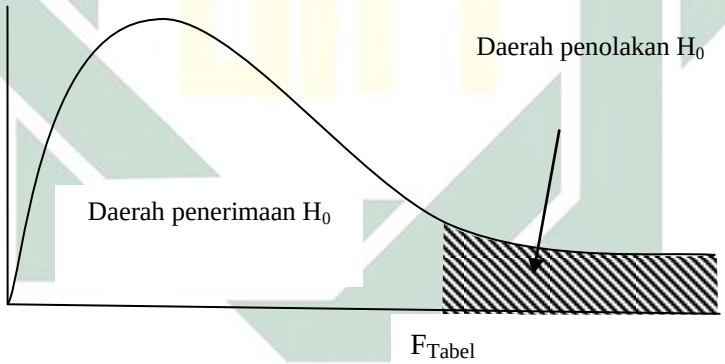
Taraf signifikansi menggunakan 0,05.

c) Menentukan F_{hitung} dan F_{tabel}

1) F_{hitung} dalam program SPSS terdapat pada tabel ANOVA

2) F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 df_1 = k-1 dan df_2 = n-k.

3) Daerah penerimaan dan penolakan H_0 melalui kurva distribusi F



d) Kriteria Penolakan atau Penerimaan.

H_0 diterima jika :

1) $F_{hitung} < F_{tabel}$ jadi H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.

2) $F_{hitung} > F_{tabel}$ jadi H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti terdapat pengaruh yang simultan terhadap variabel X dan Y.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Uji-T (Parsial)

Uji-t merupakan prosedur uji-t untuk sampel tunggal jika rata-rata suatu variabel tunggal dibandingkan dengan suatu nilai (α) tertentu, yakni α = 0,05.

a) Rumusan hipotesis, sebagai berikut:

1) H_{01} : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor kebutuhan terhadap keputusan pembiayaan *murābaḥah.*

H_{a1} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kebutuhan terhadap keputusan pembiayaan *murābaḥah.*

2) H_{02} : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor kelompok referensi terhadap keputusan pembiayaan *murābaḥah*

H_{a2} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor promosi terhadap keputusan pembiayaan *murābaḥah.*

3) H_{03} : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor promosi terhadap keputusan pembiayaan *murābaḥah.*

H_{a3} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor promosi terhadap keputusan pembiayaan pembiayaan *murābaḥah.*

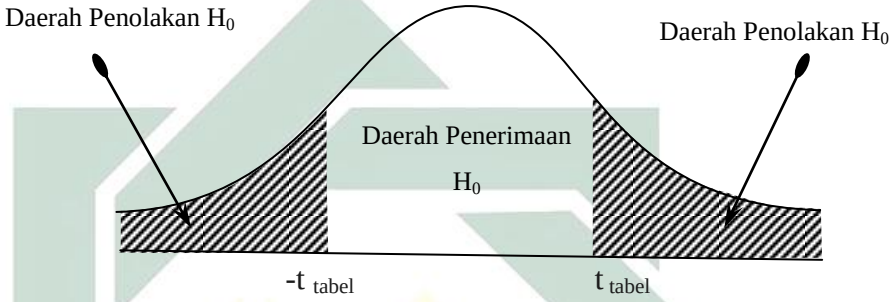
b) Menentukan Taraf Signifikansi.

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

c) Menentukan t_{hitung} dan t_{tabel}

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) t_{hitung} dalam program SPSS terdapat pada tabel *Coeficients*
2) t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05/2 = 0,025 (uji 2 sisi) dengan df = n-k.
3) Daerah Penerimaan dan Penolakan



d) Penentuan kriteria penerimaan dan penolakan H_0 diterima jika :
   1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima, itu berarti variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
   2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak dan H_1 diterima, itu berarti variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

5. Uji Variabel Dominan

Dalam penelitian ini juga menguji variabel bebas mana yang dominan mempengaruhi variabel terikat, adapun dasar acuan untuk menentukan variabel yang paling dominan yaitu dengan melihat nilai t_{hitung} terbesar dari ketiga variabel bebas tersebut. Adapun perhitungan dan pengujian statistik dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20. *for windows.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id