**B. Populasi dan Sampel**

Populasi semua nilai baik dari hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari pada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas.[[1]](#footnote-2) Populasi pada penelitian ini adalah Nasabah BRI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Balaraja.

Sedangkan sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian.[[2]](#footnote-3) Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui teknik *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.[[3]](#footnote-4) Peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil secara sengaja dan sesuai dengan karakteristik yang sesuai ketentuan dan diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun kriteria yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Nasabah yang sering melakukan transaksi di BRI Syari’ah KCP Balaraja .
2. Nasabah yang pernah melakukan transaksi di BRI Syari’ah KCP Balaraja.

Maka, sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah 50 orang responden.

**C. Sumber Data**

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan penulis yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui hasil penyebaran daftar kuisioner kepada responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Data penelitian ini dilakukan 3 bulan dari bulan Oktober sampai bulan Desember 2017 dan dispesifikasikan kepada nasabah BRI Syari’ah KCP Balaraja yang melakukan transaksi di BRI Syari’ah KCP Balaraja dari bulan Oktober sampai bulan Desember 2017.

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi literatur baik yang diperoleh dari data dan dokumen perusahaan, internet, studi pustaka, dan berbgai sumber lainnya.

**D. Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain.[[4]](#footnote-5) Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah Produk (X) yang indikatornya meliputi:

1. Produk (X)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.[[5]](#footnote-6) Indikator yang mencirikan produk yang digunakan dalam peneliti ini, yaitu:

1. Kondisi Produk
2. Persepsi Kualitas
3. Kemudahan memperoleh produk
4. Kelengkapan Produk
5. Ketersediaan Produk
6. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah suatu variabel yang variasi lainnya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variasi nilai variabel yang lain.[[6]](#footnote-7)Dalam penelitian ini, variabel tekait adalah meningkatkan jumlah nasabah (Y) di BRI Syari’ah KCP Balaraja. Indikator yang mencirikan dalam meningkatkan jumlah nasabah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kemantapan pada produk
2. Kepuasan nasabah pada produk
3. Keyakinan nasabah pada produk
4. Kepercayaan nasabah pada BRI Syari’ah
5. Pelayanan pegawai terhadap nasabah

**E. Skala Pengukuran Instrumen**

Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini, akan diukur dengan instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dan jawaban setiap item instrumen berupa daftar pertanyaan yang dibuat dalam bentuk tabel yang nantinya akan diisi oleh responden.

Untuk mengetahui tanggapan responden serta untuk mempermudah pengambilan kesimpulan dari tanggapan responden yang diperoleh dalam pembagian koesioner, maka digunakan skala likert 5 tingkat.

Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* pernyataan.[[7]](#footnote-8) Untuk setiap jawaban kuisioner yang diberikan kepada responden akan diberi skor 1-5 yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

**F. Jenis Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan keseluruhan proses berfikir dari mulai menemukan, memilih, dan merumuskan masalah penelitian, mengkaji kepustakaan, mengumpulkan data, menganalisis data, serta menginterprestasikan hasil sampai pada penarikan kesimpulan.[[8]](#footnote-9)

Sesuai dengan pokok permasalahan dan tujuan yang telah dirumuskan dalam penelitian “Pengaruh Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Julmah Nasabah” maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kuantitatif sehingga data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data primer yang diperoleh dari hail penyebaran kuisioner.

**G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuisioner (Angket)

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunanakan alat dalam bentuk kuisoner yang diisi oleh responden dibuat dalam bentuk pertanyaan dimana dalam kuisioner sudah disediakan alternatif jawaban dari tiap item pertanyaan. Dalam melaksanakan pengisian responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sekiranya cocok dengan keadaan yang dialami.

1. Interview

Metode pengumpulan data dengan mengadakan wawancara secara langsung kepada objek untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan kuisioner yang telah disampaikan. Wawancara digunakan untuk menghimpun data informasi yang dilakukan dengan tanya jawab langsung dengan Branch *Operation Supervisor* yang berhubungan dengan BRI Syari’ah KCP Balaraja.

**H. Teknik Analisis Data**

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan dengan baik , maka data tersebut harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan, adapun teknik analisis data dalam penelitian ini , yaitu :

1. **Analisis Data Kuantitatif**
2. **Uji Validitas**

Validitas instrumen ditentukan dengan mengorelasikan skore yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Jika skor tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alfa tertentu (misalnya 1%) maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur itu valid. Sebaliknya, jika korelasinya tidak signifikan, alat pengukur itu tidak valid. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Pearson Product Moment* yang dirumuskan sebagai berikut.

R= }

Dimana r = koefisien korelasi; X= Skor butir, Y= Skor total butir; dan N= jumlah sampel (responden).

Selanjutnya, nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan derajat bebas (n-2). Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai r dalam tabel pada alfa tertentu maka berarti signifikan sehingga disismpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid.[[9]](#footnote-10)

Dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa uji validitas berfungsi untuk menentukan valid atau tidaknya butir pertanyaan yang digunakan dalam sebuah penelitian.

1. **Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan ***test-retest (stability), equivalent dan gabungan keduanya.[[10]](#footnote-11)***

Reliabilitas suatu alat pengukur menunjukan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak berpengaruh oleh siapa pengukurnya.[[11]](#footnote-12)

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa uji realibilitas ini berfungsi untuk menetapkan instrumen kuisioner ini dapat digunakan lebih dari satu kali oleh responden yang sama apakah akan menghasilkan data yang konsisten.

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data yang dimiliki dan data berdistribusi normal yang memiliki **mean** dan **standardeviasi** yang sama dengan data.[[12]](#footnote-13)

Dengan uji normalitas dalam penelitian akan mengetahui normal atau tidaknya distribusi data yang akan di dapat selama penelitian. Selain itu Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil pengujian normalitas lebih dari ɑ = 0,05 (0,880 > 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

1. **Uji Heteroskedasitisitas**

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel pengganggu dalam persamaan regresi mempunyai varians yang sama atau tidak. Jika mempunyai varians

yang sama, berarti tidak terdapat heteroskedasitisitas, sedangkan jika mempunyai varians yang sama maka terdapat heteroskedasitisitas.[[13]](#footnote-14)

1. **Uji Hipotesis**

**Uji T**

Uji t dilakukan untuk menguji apakah suatu nilai tertentu yang diketahui (hypothesized value) berbeda dengan nilai rata-rata dari suatu sampel. Uji hipotesis univariate dengan menggunakan distribusi t ini digunakan manakala simpang baku tidak diketahui dan jumlah sampel yang sedikit (<30), sedangkan untuk sempel dengan jumlah >30 dan simpangan baku tidak diketahui, maka digunakanlah Z test.[[14]](#footnote-15)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

1. **Uji Koefisien Korelasi**

Koefisien korelasi adalah suatu nilai untuk mengukur kuatnya hubungan (korelasi) antara variabel X dan Y.[[15]](#footnote-16) Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar keeratan hubungan antara variabel bebas yaitu produk (X) dalam meningkatkan jumlah nasabah yang mrupakan variabel terikat (Y).

Duwi Priyatno dalam bukunya mengatakan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:[[16]](#footnote-17)

**Tabel 3.1**

**Interpretasi Koefisien Korelasi**

|  |  |
| --- | --- |
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 0,1000 | sangat kuat. |

1. **Uji Koefisien Determinasi (R2)**

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh antara variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y). Koefisien ini menunjukan seberapa besar persetase variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel dependen. R2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel depnden. Sebaliknya R2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.[[17]](#footnote-18)

Uji koefisien Determinasi ini dilakukan untuk menghitung seberapa besar sumbangsih pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

1. **Operasional Variabel Penelitian**

Operasional variabel dipelukan untuk menjabarkan variabel-variabel pada aspek penelitian ini kedalam indikator untuk memudahkan pengumpalan data melalui skala pengukuran yang akan dikaji dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan dua variabel, agar variabel variabel penelitian dapat dioprasikan, maka perlu operasional variabel yang penulis paparkan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 3.2**

**Operasional Variabel**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Definisi Variabel** | **Indikator** | **Item Pertanyaan** | **Pengukuran** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Produk | Sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memengaruhi keinginan sesuai dengan kebutuhan . | 1. Kondisi Produk 2. Persepsi Kualitas 3. Kemudahan memperoleh produk 4. Kelengkapan Produk 5. Ketersediaan Produk | 1. Produk-produk yang ditawarkan di BRI Syari’ah mempunyai kondisi baik 2. Anda melakkan transaksi di BRI Syari’ah karena produknya tidak merugikan 3. Produk-produk yang ditawarkan di BRI Syari’ah memiliki kualitas yang baik 4. Produk BRI Syari’ah memiliki nilai lebih sehingga dapat melakukan transaksi tanpa ragu 5. Nasabah memiliki kemudahan untuk memperoleh produk 6. Produk mudah di dapakan karena syarat dan ketentuan tidak terlalu berbelit 7. Produk yang dijual lengkap sesuai kebutuhan nasabah 8. Produk yang ditawarkan mudah di dapat 9. Ketersediaan produk mencukupi 10. Produk yang di tawarkan bermacam-macam dan selalu tersedia untuk nasabah yang membutuhkan | Skala Likert, dengan bobot score yaitu:  1= sangat tidak setuju  2= tidak setuju  3= netral  4= setuju  5= sangat setuju |
| Dalam meningkatkan jumlah nasabah | Proses yang digunakan untuk mengevaluasi dua atau lebih prilaku alternatif memilih satu diantaranya | 1. Kemantapan pada produk 2. Kepuasan nasabah pada produk 3. Keyakinan nasabah pada produk 4. Kepercayaan nasabah pada BRI Syari’ah 5. Pelayanan pegawai terhadap nasabah | 1. Anda melakkan transaksi di BRI Syari’ah karena produknya berkualitas 2. Anda memilih produk BRI Syari’ah karena sesuai dengan syari’at Islam 3. Anda memilih produk BRI Syari’ah karena memuaskan nasabah 4. Anda memilih BRI Syari’ah karena produk yang ditawarkan sesuai kemampuan nasabah 5. Anda memilih produk BRI Syari’ah karena meyakinkan dan terbukti benar 6. Anda yakin memilih produk BRISyariah karena diri sendiri bukan keterpaksaan 7. Anda percaya produk BRI Syari’ah sesuai dengan syari’at Islam 8. Anda percaya produk BRI Syari’ah tidak merugikan 9. Anda bertransaksi di BRI Syari’ah karena pelayanan yang ramah 10. Karyawan BRI Syari’ah memberikan penjelasan dan berkomunikasi dengan baik kepada nasabah | Skala Likert, dengan bobot score yaitu:  1= sangat tidak setuju  2= tidak setuju  3= netral  4= setuju  5= sangat setuju |

(Sumber: Konsep yang dikembangkan oleh Peneliti)

1. Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika,* (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2006), 181. [↑](#footnote-ref-2)
2. Suharyadi & Purwanto, *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern,* (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 7. [↑](#footnote-ref-3)
3. Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 61. [↑](#footnote-ref-4)
4. Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis,* (Jakarta : Salemba Empat, 2014), 50. [↑](#footnote-ref-5)
5. Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta: Kencana, 2010), 123. [↑](#footnote-ref-6)
6. Zainal Mustafa EQ. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 23. [↑](#footnote-ref-7)
7. Haryadi Sarjono & Winda Julianita, *SPSS vs Lisrel,* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 16. [↑](#footnote-ref-8)
8. Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis,* 28. [↑](#footnote-ref-9)
9. Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis,* 77. [↑](#footnote-ref-10)
10. Sugiono &Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar Spss dan Lisrel,* (Bandung: Alfabeta), 2015, 378. [↑](#footnote-ref-11)
11. Anwar Sanusi, *Metodologi Peneitian Bisnis,* 80. [↑](#footnote-ref-12)
12. Sugiono & Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar Spss dan Lisrel,* (Bandung : Alfabeta,2015), 378. [↑](#footnote-ref-13)
13. Sugiono & Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar Spss dan Lisrel,* 336. [↑](#footnote-ref-14)
14. Taufik Hidayat & Nina Istiadah, *Panduan Lengkap Menguasai Spss 19 Untuk Mengolah Data Statistik Penelitian,* (Jakarta: Mediakita, 2011), 76. [↑](#footnote-ref-15)
15. J. Supranto, *The Power Of Statistic*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 75 [↑](#footnote-ref-16)
16. Duwi Priyatno, *Paham Analisis Data dengan SPSS,* (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 65. [↑](#footnote-ref-17)
17. Duwi Priyatno, *Paham Analisisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 65. [↑](#footnote-ref-18)