

## **BAB III**

### **METEDOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Tempat Penelitian**

Ada empat dimensi penelitian yang dapat dibedakan berdasarkan tujuan penelitian; manfaat penelitian, waktu penelitian dan teknik pengumpulan data.

##### 1. waktu penelitian

Waktu penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini sejak bulan November 2018. Dimulai dari mencari data, penyusunan proposal penelitian sampai selesai.

##### 2. tempat penelitian

Tempat, penelitian ini dilakukan pada BNI Syariah kantor cabang cilegon untuk mendapatkan data sebagai variabel (X) yang saya teliti dan untuk mengetahui seberapa berpengaruh kepada (Y)

#### **B. jenis Penelitian dan Sumber data**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu : cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.<sup>1</sup> Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh penelitian dalam mengumpulkan data penelitian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer, data primer adalah data yang disebut juga data asli atau data baru dimana data tersebut diperoleh langsung dari sumber pertama, data ini diperoleh secara langsung

---

<sup>1</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dari R & D*”, (Bandung : Alfabeta, 2014), h. 2.

dari hasil studi kasus dokumentasi dan observasi mengenai promosi hasanah debit terhadap nasabah BNI Syariah kantor cabang cilegon.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengumpulkan atau memperoleh data dalam penelitian dalam rangka memperoleh data yang tepat untuk mendapatkan kesimpulan yang akurat, maka penulis menggunakan metode pengumpulan sebagai berikut:

1. kuesioner (Angket)

kuesioner adalah salah satu teknik dalam pengumpulan data penelitian, dengan kuesioner memungkinkan pengumpulan informasi yang mempelajari sikap atau perilaku dan karakteristik beberapa orang. Kuesioener juga dapat diartikan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>2</sup>

2. Penelitian kepustakaan

Penelitian kepustakaan (*library research*) merupakan penelitian yang hampir semua aktifitasnya dilakukan diperpustakaan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan landasan teoritis untuk di jadikan dasar dalam menganalisis data, sehingga menghasilkan kesimpulan dan memecahkan masalah yang ada.<sup>3</sup>

3. Interview (wawancara)

Interview yaitu bertukar informasi atau ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu. Dalam hal ini wawancara akan dilaksanakan dengan Branch

---

<sup>2</sup> Sugiono, *Metode penelitian pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 99.

<sup>3</sup> Restu Kartika Widi, *Aset Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010),

Operation dan Service Manajer dan CS di BNI Syariah kantor cabang Cilegon.<sup>4</sup>

#### **D. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif adalah analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik. Setelah data yang diperoleh terkumpul, penulis melakukan analisis data, analisis data ini dilakukan dengan cara pengolahan data dari hasil penelitian. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini, penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

##### **1. Statistik Deskriptif**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang berusaha mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi).

##### **2. Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument yang valid dan mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Kountur ronny, *metode penelitian* (Jakarta: Buana Printing: 2009), h. 174

<sup>5</sup> Suharsimi arikunto, *prosedur penelitian pendekatan praktek* (jakarta:PT Rineka Cipta,2002), h.133

### 3. Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan pada masalah ketepatan.<sup>6</sup>

### 4. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu, uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi. :

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada penelitian ini, pengujian menggunakan uji statistik untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho : Data residual normal

Ha : Data Residual berdistribusi tidak normal<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Mudrajad kuncoro, *metode riset untuk bisnis dan ekonomi*, edisi 4 (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 72

<sup>7</sup> Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (semarang: Universitas Dipenogoro, 2018 ), h. 165

Pada uji statistik *One-Kolmogrov-Sminov Test* jika didapat nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal secara *multivariate*.<sup>8</sup>

b. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada runtut waktu (time series) karena “gangguan” pada seseorang individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pada data crossection (silang waktu), masalah auto korelasi relatif jarang terjadi karena “gangguan” pada observasi yang berbeda berasal dari individu kelompok yang berbeda. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah:

Ho : tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

Ha : ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Latan H dan Temalati, S. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan IBM SPSS 20*. (Bandung: Alfabeta, 2013). h. 57

<sup>9</sup> Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* .....h 111.

**Tabel 3.1**

| <b>Hipotesis nol</b>                             | <b>Keputusan</b>       | <b>Jika</b>                                     |
|--|------------------------|---|
| 1). Tdk ada autokorelasi positif                 | Tolak<br>No desicision | $0 < d < dl$<br>$dl \leq d \leq du$             |
| 2). Tdk ada autokorelasi positif                 | Tolak<br>No desicision | $4 - dl < d < 4$<br>$4 - du \leq d \leq 4 - dl$ |
| 3). Tdk ada korelasi negatif                     | Tdk ditolak            | $Du < d < 4-du$                                 |
| 4). Tidak ada korelasi negatif                   |                        |   |
| 5). Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif |                        |   |

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastistas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heterokedastisitas karena data ini data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).<sup>10</sup>

Ada beberapa cara untuk mendeteksi problem heterokedastisitas pada model regresi antara lain:

---

<sup>10</sup> Imam ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 .....h 141

- a) Dengan melihat grafik *Scatterplot*, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak terkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heterokedastisitas.
- b) Dengan melakukan uji statistik glejser yaitu dengan mentransformasikan nilai residual menjadi absolut residual dan meregresikan dengan variabel independen dalam model.<sup>11</sup> Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heterokedastisitas.

## 5. Uji Hipotesis

Uji t (secara parsial) dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variable bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variable terikatnya.<sup>12</sup> Uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.<sup>13</sup> Untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel sebagai berikut:

- a. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh promosi Hasanah Debit terhadap Nasabah BNI Syariah
- b. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, maka tidak terdapat pengaruh promosi Hasanah Debit terhadap Nasabah BNI Syariah

### a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

---

<sup>11</sup> Gujarati dan Poter. *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h 187.

<sup>12</sup> Anwar hidayat, uji F dan uji T, [www.statiskian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html?m=1](http://www.statiskian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html?m=1) (diakses pada 09 agustus 2019)

<sup>13</sup> Anwar sanusi, *metode penelitian bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011) h138

Koefisien determinasi yang dinotasikan dengan  $R^2$  merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen atau dengan kata lain seberapa besar X memberikan kontribusi terhadap Y.

Kelemahan mendasar penggunaan *R-Square* adalah bias terhadap jumlah variabel independen, maka nilai *R-Square* pasti akan meningkat. Oleh karena itu sangat dianjurkan untuk menggunakan *adjust R-Square* dalam mengevaluasi model regresi, dimana nilainya bisa naik atau turun apabila suatu variabel independen ditambahkan kedalam model. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh nilai  $R^2$  atau Adjust  $R^2$ .  $R^2$  digunakan pada saat variabel bebas satu saja atau biasa disebut dengan Regresi Linear Sederhana, sedangkan Adjust  $R^2$  digunakan untuk variabel bebas lebih dari satu atau disebut dengan Regresi Linear Berganda.<sup>14</sup>

## **E. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

---

<sup>14</sup> Imam ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 .....h 97

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>15</sup>

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan metode *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota). Teknik yang digunakan adalah *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>16</sup> Dalam penelitian ini penulis menentukan kriteria sampel yaitu nasabah BNI Syariah.

## F. Pengukuran dan Definisi Operasional

### 1. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat atau dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah, yang dimana tidak semua nasabah memiliki Hasanah Debit, jadi seberapa pengaruh kontribusi promosi hasanah debit pada nasabah BNI Syariah

### 2. Variabel Bebas (independen)

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi Hasanah debit

## G. Analisis pernyataan Promosi Produk Hasanah debit

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dari R & D...* h 80.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dari R & D...* h 84-85

**Tabel 3.2****Pernyataan kuesioner Produk Promosi Hasanah Debit**

| Variabel                        | indikator           | pernyataan   |
|---------------------------------|---------------------|--|
| Promosi<br>Hasanah<br>Debit (X) | Periklanan          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pesan iklan Hasanah debit mampu membuktikan keunggulan produk</li></ul>  |
|                                 | Promosi penjualan   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pesan iklan Hasanah debit mampu dicerna dengan cara melihat dan membaca</li></ul>  |
|                                 | Penjualan pribadi   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Media yang komunikatif dalam promosi dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk Hasanah Debit</li><li>• BNI Syariah memiliki SDM yang profesional dalam menyampaikan promosi</li><li>• Karyawan memberikan perhatian personal pada nasabah</li></ul> |
|                                 | Hubungan masyarakat | <ul style="list-style-type: none"><li>• Iklan Hasanah debit membuat nasabah merasa tidak punya pilihan lain selain menggunakan Hasanah debit</li><li>• Kemudahan untuk menghubungi BNI Syariah</li><li>• Karyawan BNI Syariah dapat merespon permintaan nasabah dengan tanggap</li></ul>               |
|                                 | Publisitas          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Layanan promosi disampaikan</li></ul>  |

|  |                    |  |
|--|--------------------|--|
|  |                    | melalui media sosial   |
|  | Pemasaran langsung | <ul style="list-style-type: none"><li>• Karyawan menyampaikan promosi yang disajikan secara akurat</li></ul> |

## H. Analisis pernyataan Minat Nasabah BNI Syariah

**Tabel 3.3**

**Pernyataan kuesioner Minat Nasabah BNI Syariah**

| Variabel                | Indikator  | Pernyataan   |
|-------------------------|------------|--|
| Nasabah BNI Syariah (Y) | Pembayaran | <ul style="list-style-type: none"><li>• Saya menjadi nasabah BNI Syariah karena bias digunakan untuk transaksi pembelanjaan supermarket</li><li>• Saya menjadi nasabah BNI Syariah karena bisa digunakan untuk pembayaran BPJS</li></ul>             |
|                         | Tagihan    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Saya menjadi nasabah BNI Syariah karena dapat memudahkan untuk membayar tagihan listrik</li><li>• Saya menjadi nasabah BNI Syariah karena dapat memudahkan untuk pembayaran tagihan telfon</li></ul>         |
|                         | Transfer   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Saya menjadi nasabah BNI Syariah karena nominal transfer pada BNI syariah lebih besar dari bank lain</li><li>• Saya menjadi nasabah BNI Syariah karena memudahkan dalam registrasi ukt perkuliahan</li></ul> |