

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

1. Tempat Penelitian

Nama : Bank Muamalat KCU Cilegon

Alamat :Ruko Monalisa Jalan Raya Serang Cilegon No.8Kel. Cibeber
Masigit Kec. Jombang, Kota Cilegon, Banten.

Telepon : (0254) 394295

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data adalah segala fakta atau keterangan tentang sesuatu yang dapat di jadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau skor yang telah diolah dari jawaban-jawaban kuesioner atau angket yang telah diberikan kepada objek penelitian yaitu nasaabah tabungan marhamah bank muamalat.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang di dapat atau diolah langsung oleh peneliti dari sumbernya langsung tanpa asa perantara. Data primer yang dihasilkan

dari penelitian ini adalah data hasil tanggapan nasabah/responden dengan kuesioner atau angket mengenai variabel-variabel penelitian yaitu variabel produk, promosi dan keputusan nasabah menabung. Serta melakukan observasi langsung pada bank muamalat kantor cabang umum Cilegon. Dan mendapatkan hasil dari perkembangan jumlah nasabah produk tabungan marhamah di bank muamalat Cilegon dari tahun 2013-2016.

C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk dapat memperoleh data dan mengolah data dalam penelitian ini maka digunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner yaitu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian yang disetiap pertanyaan-pertanyaan diberi skor. Dalam hal ini, respondennya adalah nasabah tabungan marhamah bank muamalat.

D. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara penyajian data, dengan tabel biasa

maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, pictogram, kelompok melalui rentang dan simpangan baku.¹

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini/penelitian kuantitatif adalah menggunakan statistik. Metode statistik yang digunakan yaitu statistika inferensial atau statistika individu yaitu metode statistika yang membahas bagaimana cara menganalisis data dan mengambil kesimpulan dengan metode tertentu tentang suatu fenomena, dalam metode ini melibatkan pengujian hipotesis sehingga dapat dihasilkan suatu kesimpulan yang ditarik berdasarkan sampel.² Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden penelitian dari lapangan atau sumber data lain terkumpul. Analisis datanya dengan statistika parametrik yaitu yang secara umum skala datanya menggunakan interval dan rasio (bentuk data kuantitatif dan numerik) serta distribusi data populasinya harus memenuhi asumsi normal.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Validitas yaitu sifat yang menunjukkan adanya kemampuan suatu instrumen atau alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, Cet ke 15, 2010), hlm. 426

² Sugiyono, hlm. 147

validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Instrumen yang dicapai apabila data yang dihasilkan dari instrumen tersebut sesuai dengan data atau informasi lain yang mengenai variabel penelitian yang dimaksud.³ Hasil penelitian yang valid menunjukkan derajat ketepatan atau terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya pada obyek penelitian.⁴

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor pertanyaan dengan total skor. Dalam pengujian ini juga suatu kuesioner bisa dikatakan valid apabila setiap butir pertanyaan memiliki keterkaitan yang tinggi. Sedangkan untuk mengukur keterkaitan antara butir pertanyaan dilakukan dengan korelasi dan metode yang dilakukan untuk mengukur keterkaitan tersebut menggunakan korelasi produk momen. Oleh karena itu, apabila pertanyaan yang memiliki korelasi rendah maka dinyatakan tidak valid. Validitas bertujuan untuk

³ Danang Suryono, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi* (Yogyakarta : CAPS, 2011), hlm.69

⁴Sugiyono, hlm. 121

menguji setiap item instrumen pertanyaan, sehingga ketentuan untuk mengukur valid setiap item maka r hitung lebih besar dari pada r standar yaitu (0,30) keatas maka faktor merupakan *conturct* yang kuat. Dalam pembahasan ini digunakan uji *Pearson Correlation* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,3 atau dinyatakan valid jika lebih besar dari 0,3.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala dan menggunakan alat pengukur yang sama. Secara internal, reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisa konsistensi dari butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil tetap akan sama. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Dalam pembahasan ini digunakan uji *Cronbach Alpha* dengan menggunakan signifikansi 0,6 atau dinyatakan berdistribusi reliabel atau layak jika lebih besar dari 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda perlu dilakukan terlebih dahulu pengujian asumsi klasik terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal).⁵ Dalam pembahasan ini digunakan uji *One Sample Kolmogorof-Smirnov* dengan menggunakan signifikansi 0,05 atau dinyatakan berdistribusi normal jika lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna (mendekati sempurna) antara semua atau beberapa variabel bebas.⁶ Uji V Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam

⁵Haryadi Sarjono, *Spss Vs Lisreal Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset* (Jakarta : Salemba Empat Cet ke 2,2013), hlm. 53

⁶ Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk bBisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Unit POenerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), hlm. 125

model regresi yang terbentuk ada kolerasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Untuk mendeteksi terhadap Multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai variance infating factor (VIF) dan digunakan uji *Collinearity Statistics* dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala Multikolinieritas yang tinggi.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas adalah menguji apakah dalam suatu model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda di sebut heteroskedasitsitas. Uji Heteroskedasitas menggunakan SPSS ver 17. Model regresi yang baik adalah model yang heteroskedasitisitas. Dalam pembahasan ini digunakan uji *Glejser* dimana nilai signifikan (sig) lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Persamaan regresi linier berganda

Persamaan regresi linier berganda digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (dependen) yaitu keputusan nasabah menabung dengan dua variabel bebas (independet). Yaitu

produk dan promosi. Dengan menggunakan *SPSS ver 17.00*. Model analisis regresi berganda dapat dikatakan linier jika dapat dinyatakan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y = variabel terikat/variabel dependen

Variabel Y bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

X = variabel bebas/variabel independen

Variabel X bertujuan untuk mengetahui arah variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif.

β_0 , β_1 , β_2 = parameter-parameter yang populasinya tidak diketahui diketahui.

b. Uji Koefisien Korelasi (R)

Teknik korelasi ini digunakan untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antar variabel, jika ada hubungannya maka besar pengaruhnya. Nilai r dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien
Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

Dalam pembahasan uji R ini yaitu:

- a) Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka terdapat korelasi antar variabel yang dihubungkan. Sebaliknya jika nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat korelasi.
- b) Jika nilai r hitung > r tabel maka ada koelasi antar variabel. Sebaliknya jika nilai r hitung < r tabel maka artinya tidak ada korelasi antar variabel.
- c) Jika terdapat tanda (*) atau (**) pada nilai pearson correlations maka antar variabel yang di analisis terjadi korelasi. Sebaliknya jika tidak terdapat tanda (*) pada nilai pearson correlations maka antar variabel yang di analisis tidak terjadi korelasi.
- c. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Analisis R^2 (Adjusted R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan

pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dari output tabel Model Summary dapat diketahui R^2 (Adjusted R Square) adalah 0,499. Jadi sumbangan pengaruh variabel independen yaitu 44,9% sedangkan sisanya sebesar 55,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teliti.⁷ Apabila yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R Square. Namun, apabila yang digunakan adalah regresi berganda maka yang digunakan adalah Adjusted R Square. Hasil penelitian Adjusted R Square dapat dilihat pada output *Model Summary*. Pada kolom Adjusted R Square dapat diketahui beberapa presentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi maka di dapat koefisien determinasi yaitu untuk melihat besarnya persentase (%) pengaruh variabel X1 X2 terhadap Y.

$$KD = \text{Adjusted } R^2 \times 100\%$$

$$KD = \text{Koefisien Determinasi}$$

$$\text{Adjusted } R^2 = \text{koefisien korelasi}$$

d. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah produk dan promosi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel *ANOVA* dalam

⁷Dwi Priyanto, *teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian dengan Spss* (Yogyakarta : Dava Media, 2010), hlm. 83

kolom Sig. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Ho : $\beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel-variabel bebas (produk dan promosi) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikatnya (keputusan menjadi nasabah).

Ha : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya variabel-variabel bebas (produk dan promosi) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (keputusan menjadi nasabah)

e. Uji t

Pada prinsipnya dalam uji t disini adalah akan membandingkan rata-rata dari dua grup yang tidak berhubungan dengan yang lain, dengan tujuan apakah kedua grup tersebut mempunyai rata-rata yang sama ataukah tidak secara signifikan, dengan asumsi data distribusi normal dan jumlah sampel sedikit (kurang 30).⁸ Uji t bertujuan untuk melihat

⁸Tedi Rusman, *Statistika Penelitian Aplikasi dengan Spss* (Graha Ilmu, 2015), hlm.

pengaruh variabel bebas yaitu pengaruh produk dan promosi terhadap kepuasan menjadi nasabah tabungan marhamah bank muamalat kantor cabang umum Cilegon.

Kriteria pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Ho : $\beta_0 = 0$, artinya variabel-variabel bebas (produk dan promosi)

Secaraindividual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadapvariabel terikat(keputusan menjadi nasabah).

Ha : $\beta_1 \neq 0$, artinya variabel-variabel bebas (produk dan promosi) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keutusan menjadi nasabah).

Uji ini digunakan untuk menguji secara parrsial masing-masing variabel. Hasil uji ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikansi antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

F. Operasional Variabel Penelitian

Variabel operasional diperlukan untuk menentukan jenis-jenis indikator secara skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat

dilakukan secara benar. Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, satu variabel X (variabel independen) yaitu produk dan promosi kedua variabel Y (variabel dependen) yaitu keputusan menjadi nasabah.

1. Variabel bebas (independen variabel) variabel X, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah produk dan promosi.
2. Variabel terikat (dependen variabel) variabel Y, yaitu variabel yang memberikan reaksi jika dihubungkan dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan menjadi nasabah.

Tabel 3.1

Indikator

Variabel	Definisi	Indikator
Produk (X1)	Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin di miliki oleh konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merk 2. Kemasan 3. Kualitas 4. Pelayanan

Promosi (X2)	<p>promosi adalah salah satu kegiatan <i>marketing mix</i> yang merupakan kegiatan yang sangat penting, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Publisitas 4. Penjualan pribadi
Keputusan menjadi nasabah (Y)	<p>Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan dan beberapa aspek pilihan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku setelah pembelian