

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metodologi Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari populasi yang ada, sehingga ditentukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2005:5). Dalam penelitian survei, informasi dikumpulkan dari responden nasabah produk pembiayaan emas Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang dengan menggunakan kuisioner. Penyusun melakukan penelitian langsung kepada anggota sehingga data yang diperoleh lebih akurat.

Penelitian ini bersifat *deskriptif-analitik*, yaitu menggambarkan dan menjelaskan pengaruh bauran pemasaran produk pembiayaan cicil emas dalam peningkatan jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta.

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### 1. Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005:55). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah cicil emas BSM KCP Kaliurang Yogyakarta yang beralamatkan di Jl. Kaliurang No.6A, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta 55281 dari bulan Mei 2016 sampai dengan bulan April 2017 (1 tahun) yang berjumlah 142 nasabah.

## 2. Sampel

Sampel yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2005:56). Jumlah sampel ditetapkan dengan rumus Slovin sebagai berikut (Iqbal Hasan, 2002:61):

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

dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standar Error (5%)

Jadi perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{142}{1 + 142 (0,05)^2} = 104,797 \approx 105$$

Berdasarkan perhitungan maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 105 orang nasabah cicil emas BSM KCP Kaliurang Yogyakarta. Metode pengambilan sampel adalah *random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut.

Alasan menggunakan metode *random sampling* yaitu peneliti menganggap bahwa populasi nasabah cicil emas BSM KCP Kaliurang Yogyakarta adalah homogen. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran produk cicil emas terhadap peningkatan jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri Kaliurang Yogyakarta.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuisisioner adalah serangkaian pertanyaan yang dikirimkan atau diserahkan kepada responden untuk dijawab. Jawaban pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan dari pihak penyelidik. Pertanyaan bersifat tertutup, responden hanya dipersilahkan memilih dari beberapa alternatif jawaban yang sudah tersedia. Penilaian dilakukan dengan menggunakan analisis butir, yaitu dengan cara membagikan skor kepada tiap item kuisisioner. Pemberian skornya adalah sebagai berikut:

Sangat setuju = 4

Setuju = 3

Tidak setuju = 2

Sangat tidak setuju = 1

## **D. Definisi Operasional Variabel**

### 1. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel terikat (Sugiyono, 2005:3). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu:

#### a. Variabel Produk (X1), indikatornya adalah:

- 1) Logo dan moto
- 2) Merek
- 3) Kemasan
- 4) Label

#### b. Variabel Harga (X2), indikatornya adalah:

- 1) Total biaya dana
- 2) Laba
- 3) Kredit macet
- 4) Biaya operasi
- 5) Pajak

#### c. Variabel Lokasi (X3), indikatornya adalah:

- 1) Dekat dengan pasar
- 2) Dekat dengan industri
- 3) Dekat dengan perkantoran
- 4) Dekat dengan perumahan
- 5) Dekat tenaga kerja
- 6) Tersedia sarana dan prasarana

- 7) Di kawasan industri
- d. Variabel Promosi (X4), indikatornya adalah:
- 1) Periklanan (*Advertising*)
  - 2) Promosi penjualan (*Sales Promotion*)
  - 3) Publisitas (*Publicity*)
  - 4) Penjualan pribadi (*Personal Selling*)
- e. Variabel Bukti Fisik (X5), indikatornya adalah:
- 1) Bentuk gedung
  - 2) Lokasi parkir
  - 3) Keamanan
  - 4) Tersedianya tempat ibadah
  - 5) Tersedianya telepon umum
  - 6) Suasana ruangan
  - 7) Tata letak kursi dan meja
  - 8) Hiasan dalam ruangan
  - 9) Sarana hiburan
- f. Variabel Karyawan (X6), indikatornya adalah:
- 1) Karyawan memberikan kesempatan nasabah berbicara
  - 2) Karyawan mendengarkan baik-baik
  - 3) Karyawan tidak menyela pembicaraan
  - 4) Karyawan mengajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara
  - 5) Karyawan jangan marah dan jangan mudah tersinggung
  - 6) Karyawan jangan mendebat nasabah

- 7) Karyawan menjaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang
- 8) Karyawan jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya
- 9) Karyawan menunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

g. Variabel Proses (X7), indikatornya adalah:

- 1) Rincian standar prosedur operasi, manual dan deskripsi kerja.
- 2) Prosedur masalah/komplain.
- 3) Standar kerja layanan (manusia dan teknologi)
- 4) Keterlibatan interfunksional.
- 5) Tingkat *just in time delivery-lead times delivery*.

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas (Sugiyono, 2005:3). Dari definisi tersebut maka variabel dependen adalah peningkatan jumlah nasabah (Y), indikatornya adalah peningkatan jumlah nasabah cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang dari bulan Mei 2016 sampai dengan bulan April 2017 (1 tahun) yang dihitung per minggu (52 minggu).

## E. Analisis Data

### 1. Pengujian Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauhmana alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Untuk mengetahui validitas, maka teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi *Product Moment Pearson*. Teknik ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing item pernyataan dengan skor total atau keseluruhan. Hasil korelasi harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Kuesioner sebagai alat ukur dapat dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5%. Rumus korelasi *Product Moment Pearson* (Sugiyono, 2005:109) adalah sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

dimana:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment* (r hitung)

X = nilai dari tiap butir

Y = nilai total butir

N = jumlah sampel

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* yaitu:

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

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma_1^2$  = varians total

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002:61), suatu alat ukur disebut reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* sama dengan atau lebih besar dari 0,6.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat sebelum melakukan uji regresi yang meliputi:

### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah ada korelasi antara variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2001:57). Model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF di bawah 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,100. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah koefisien korelasi antar variabel bebas haruslah lemah di bawah 0,05. Jika korelasi kuat maka terjadi problem multikolinieritas.



b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi (Ghozali, 2001:69). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika grafik *scatterplot* tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu menguji apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal yaitu data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel penelitian yang digunakan mempunyai hubungan yang linear. Pengujian dibantu program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel penelitian dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansinya kurang dari 0,05 (Ghozali, 2001:85).

### 3. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan alat analisis Regresi Berganda dengan menggunakan SPSS. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel terikat terhadap variabel bebas, yaitu dengan menggunakan model:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7$$

Dimana:

$Y$  = Peningkatan Jumlah Nasabah,

$x_1$  = Produk,

$x_2$  = Harga,

$x_3$  = Lokasi,

$x_4$  = Promosi,

$x_5$  = Bukti Fisik,

$x_6$  = Karyawan,

$x_7$  = Proses,

$a$  = Konstanta.

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas (produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses) terhadap variabel terikat (peningkatan jumlah nasabah) secara parsial. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

## 1) Merumuskan hipotesis

Ho: produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses secara parsial tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Ha: produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

2) Menentukan nilai kritis t ( $t_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  sebesar 0,05 dan derajat bebasnya ( $df$ ) =  $n-k-1$ .3) Menghitung nilai  $t_{hitung}$  dengan rumus:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah sampel

4) Ketentuan pengujian  $t_{hitung}$  yaitu:

a) Jika  $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses secara parsial mempunyai pengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

b) Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan,

dan proses secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F ini akan dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas (produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses) terhadap variabel terikat (peningkatan jumlah nasabah) secara simultan. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

Ho: produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses secara simultan tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Ha: produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

2) Menentukan nilai kritis F ( $F_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  sebesar 0,05 dan derajat bebasnya  $(df) = n-k-1$ .

3) Menghitung nilai  $F_{hitung}$  dengan rumus:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana:

$R^2$  = koefisien determinasi

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah anggota sampel

4) Ketentuan pengujian  $F_{hitung}$  yaitu:

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.
- b) Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya harga, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses secara simultan tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ganda (*R Square* atau  $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sumbangan dari variabel bebas (produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan, dan proses) yang diteliti terhadap variabel terikat (peningkatan jumlah nasabah). Besarnya koefisien determinasi ganda ( $R^2$ ) berada diantara 0 dan 1 atau  $0 < R^2 < 1$ . Adapun rumus koefisien determinasi ganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2005:170)

$$R^2 = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})^2}{\Sigma(Y - Y)^2} = \frac{SSr}{SSe} = 1 - \frac{SSe}{SSt}$$

Dimana:  $SSr$  = Jumlah kuadrat regresi

$SSe$  = Jumlah kuadrat kesalahan

$SSt$  = Jumlah kuadrat total