

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, karena peneliti ingin mengkonfirmasi konsep dan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dengan fakta dan data yang ditemukan di lapangan. Penelitian kali ini adalah tentang manajemen pemasaran terhadap minat menabung santri.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

1. Lokasi penelitian di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Katamso yang berada di jl. Brigjen Katamso No. 160, Keparakan, Mergangsan, Yogyakarta.
2. Lokasi penelitian di PP. Ali Maksum yang berada di jln. KH. Ali Maksum, Kranyak Kulon, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta.
3. Waktu Penelitian ini dilakukan selama bulan september hingga november 2017.

#### **C. Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2014:115).

Dalam penelitian ini penulis menentukan santri PP. Ali Maksum Krapyak Yogyakarta sebagai objek penelitian dengan jumlah 270 dari santri MA Ali Maksum putra, namun penelitian ini di bataskan pada santri yang belum berminat menabung di BSM.

## 2. Sampel

Sampel yaitu bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci (Muhamad, 2008:162). Sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan rumus :

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

dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diinginkan.

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{999}{(1+999 \times 0,1^2)}$$

$$n = 90,90$$

$$n = 100 \text{ orang}$$

Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui *simple random sampling* yang artinya cara penerikan sampel anggota dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada. Metode pengumpulan data

menggunakan *self administrated survey*, 100 santri diminta untuk mengisi sendiri kuesioner yang diberikan.

Dalam penelitian ini penulis menentukan santri PP. Ali Maksum Krapyak Yogyakarta sebagai sampel penelitian dengan jumlah 100 santri MA Ali Maksum putra, namun penelitian ini di bataskan pada santri yang belum berminat menabung di BSM.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Pengertian Data**

Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan (Muhammad, 2008: 97).

##### **2. Sumber dan Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung objek yang diteliti, yang berupa wawancara dan observasi langsung. Sedangkan menurut (Muhammad, 2008: 101), data primer adalah data yang dikumpulkan dan dioalah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara terkait manajemen pemasaran BSM kepada Customer Service BSM dan pengurus PP. Ali Maksum Krapyak Yogyakarta. Sedangkan observasi langsung dilakukan penulis di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta dan PP. Ali Maksum Krapyak Yogyakarta.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2006: 194), data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat diperoleh melalui:

Kuesioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada santri PP. Ali Maksu Krapyak Yogyakarta dengan jumlah 100 santri MA Ali Maksu putra.

## E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

### 1. Variabel Independen (X)

Variabel independen (variabel bebas) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (dependen). (Diantoro dan supomo, 2002: 76). Variabel dalam penelitian ini adalah resiko, keamanan, dan kemampuan akses. Tujuan dari variabel secara operasional adalah untuk memberikan gambaran bagaimana suatu variabel tersebut akan diukur (Zainal, 2009: 247).

- a. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan oleh organisasi, individu, ataupun rumah tangga (Simamora. 2003: 56).

- b. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (M. Tohar, 2000: 35).

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. tujuan peneliti adalah memahami dan membuat variabel terikat, menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya. Dengan kata lain, variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi (Uma Sekaran, 2007: 116).

Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli yakni perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler. 2002).

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah angket yang berisi pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Instrumen tersebut disusun berdasarkan dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan dalam item-item pertanyaan.

Dalam skala Likert ada 5 kategori tingkat jawaban yaitu: (1) Sangat Tidak setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) sangat Setuju. Menurut Kerlinger (2008: 93) hal ini dikarenakan kategori jawaban tersebut memiliki makna ganda. Kategori jawaban netral atau ragu-ragu dapat menimbulkan kecenderungan menjawab netral (*tendency central effect*),

terutama bagi responden yang ragu-ragu kecendrungan jawabannya kearah yang mempunyai makna ganda dan dapat mengakibatkan berkurangnya informasi yang dapat dijangkau dari para responden. Oleh karena itu, untuk menghindari hal-hal tersebut penelitian ini menggunakan empat jawaban alternatif dan masing-masing telah diberi skor yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Skala Likert**

Jawaban	Skor Favorable
<b>Sangat setuju (SS)</b>	1
<b>Setuju (S)</b>	2
<b>Tidak Setuju (TS)</b>	3
<b>Sangat Tidak Setuju (STS)</b>	4

**Tabel 3.2**

**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Skala
<b>Promosi (X<sub>1</sub>)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan penjelasan atau informasi terkait produk BSM.</li> <li>2. Promosi yang dilakukan BSM melalui media massa.</li> <li>3. Mengajak dan meyakinkan nasabah terkait produk BSM dengan membujuknya.</li> <li>4. Melakukan hubungan masyarakat dan publisitas dengan tujuan mengingatkan nasabah akan tujuan produk BSM.</li> </ol>	Likert
<b>Produk (x<sub>2</sub>)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan informasi terkait produk-produk tabungan sesuai</li> </ol>	Likert

---

	dengan kebutuhan nasabah.	
	2. Menarik perhatian nasabah dengan produk yang inovatif	
	3. Layanan terkait produk BSM mempermudah nasabah untuk memakainya.	
	4. Produk yang dikeluarkan BSM layak atau bisa dikonsumsi oleh nasabah.	
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	1. Nasabah sebagai tolak ukur minat beli produk BSM.	Likert
	2. Respon nasabah akan produk-produk BSM.	
	3. Kejelasan informasi produk sesuai dengan keinginan nasabah.	
	4. Keputusan atau pertimbangan nasabah untuk melakukan pembelian	

## G. Teknik Pengujian Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Bawono, 2006: 68). Uji validitas dari penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut sah atau tidak dengan cara menentukan korelasi antara score butir pertanyaan dengan total score-nya. Skor butir (pertanyaan) dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai nilai Y, sehingga diperoleh indeks validitas setiap butir.

Rumus yang digunakan korelasi produk moment, yaitu sebagai berikut (Sanusi, 2011: 242):

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

Keterangan:

r	: Koefisien korelasi
N	: Jumlah sampel
X	: Nilai skor butir Pertanyaan
Y	: Nilai skor total

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang kita peroleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang kita bagikan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik cronbach alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6. (Bawono, 2006: 64)

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiono (2004: 206) dalam amanah (2014) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang



berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini dilakukan dengan menganalisa permasalahan tanpa mempergunakan perhitungan angka-angka tetapi menggunakan sumber-sumber informasi yang relevan seperti menggunakan buku, jurnal, dan literatur-literatur lainnya yang dibutuhkan.

## 2. Analisis Kuantitatif

### a. Analisis Regresi Berganda

Secara matematis, hubungan antara variabel dapat dijelaskan dalam variabel terikat (variabel yang dipengaruhi, Y dengan variabel-variabel bebas (variabel yang mempengaruhi),  $X_1$ ,  $X_2$ , dan berikut adalah model persamaan regresi berganda secara umum dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Minat Menabung

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1 \beta_2$  : Koefisien regresi

$X_1$  : Promosi

$X_2$  : Produk

e : Error

## b. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik terdiri dari:

### 1) Uji *Multicollinearity*

*Multicollinearity* adalah situasi dimana terdapat korelasi variabel-variabel bebas di antara satu dengan yang lainnya. Masalah Multikolinearitas yang serius dapat mengakibatkan berubahnya tanda dari parameter estimasi. (Bawono, 2006: 115)

Untuk uji *Multicollinearity* ini peneliti menggunakan metode VIF (Varian Inflation Factor) dan nilai *Tolerance*. Kedua nilai VIF dan *Tolerance* ini, nilainya berlawanan, kalau tolerancinya besar maka VIF nya kecil dan sebaliknya. Nilai VIF tidak boleh lebih besar dari 5 (lima), jika lebih maka bias dikatakan ada gejala *Multicollinearity*, dan sebaliknya jika nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak ada gejala *Multicollinearity*. Demikian juga dengan nilai *Tolerance* nya berarti sebaliknya. (Bawono, 2006: 124)

### 2) Uji *Heteroscedasticity*

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala penyakit *Heteroscedasticity* dapat menggunakan beberapa metode, salah satunya yaitu metode park. Park mengemukakan metode bahwa  $\sigma^2$  merupakan fungsi dari variabel-variabel bebas, yang dinyatakan sebagai berikut:

$$\sigma^2_i = \alpha X_i \beta$$

Persamaan ini dijadikan linier dalam bentuk persamaan log sehingga menjadi:  $\ln \sigma^2_i = \alpha + \beta \ln X_i + V_i$ . Karena  $\sigma^2_i$  umumnya tidak diketahui, maka ini dapat ditaksir dengan menggunakan  $U_i$  sebagai proksi, sehingga:

$$\ln U_i = \alpha + \beta \ln X_i + V_i$$

Apabila koefisien parameter  $\beta$  dari persamaan regresi tersebut signifikan secara statistik, hal ini menunjukkan bahwa dalam data model empiris yang diestimasi tersebut terdapat *heteroscedasticity*, dan sebaliknya jika  $\beta$  tidak signifikan secara statistik, maka asumsi *homoscedasticity* pada model tersebut tidak dapat ditolak. (Bawono, 2006: 137)

### 3) Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, data variabel dependen dan independen yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Ada beberapa cara untuk mengujinya, salah satunya dengan analisa grafik. Dengan metode grafik kita dapat melihat data yang digunakan memberikan distribusi normal atau tidak dengan melihat histogram dan normal probability plot. (Bawono, 2006: 174)

### c. Uji Signifikan Koefisien Regresi

#### 1) Uji F

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai

pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. (Ghozali, 2013: 98)

Langkah-langkah untuk melakukan uji serentak (uji f) adalah sebagai berikut:

- a) Merumuskan hipotesis
  - b) Menentukan taraf nyata =  $\alpha$
  - c) Menentukan daerah keputusan, yaitu daerah di mana hipotesis nol diterima atau tidak
    - (1)  $H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , artinya semua variabel bebas secara bersama-sama bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
    - (2)  $H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya semua variabel bebas secara bersama-sama merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat
  - d) Menentukan uji statistik nilai F
- 2) Uji  $R^2$

Pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. (Alghazali, 2002:92)

### 3) Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji apakah suatu parameter ( $b_1$ ) sama dengan nol, atau dengan rumusan hipotesis statistik. (Kuncoro, 2002: 97)

$$H_0: b_1 = 0$$

$$H_a: b_1 \neq 0$$

Menurut kriteria nilai signifikan:

- a) Jika nilai sig.  $\geq 5\%$  maka keputusan adalah diterimanya hipotesis nol ( $H_0$ ).
- b) Jika nilai sig.  $\leq 5\%$  maka keputusan adalah ditolaknya hipotesis nol ( $H_0$ ) dan diterimanya hipotesis alternative ( $H_a$ ).