

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Tiap penelitian terlebih dahulu harus direncanakan. Untuk itu diperlukan suatu desain penelitian. Desain penelitian merupakan rencana tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat data tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif karena mengacu pada data berupa angka, dan dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan hubungan dalam mencari sebab akibat, antara variabel independen (*talking, promoting, dan selling*) dan variabel dependen (minat) (Sugiyono, 2013:57). Hal ini dikarenakan sesuai dengan permasalahan yang diteliti, dimana penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah ada tidaknya hubungan aspek-aspek yang diteliti untuk membandingkan hasil pengukuran dua data atau lebih variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel yang menjadi aspek penelitian.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:80). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Mataram.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:80). Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat teknik sampling yang dapat digunakan. Teknik sampling yang peneliti gunakan adalah *simple random sampling* untuk nasabah tabungan Bank BRI Syariah yang belum mengambil pembiayaan KUR. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2015:85).

Berikut merupakan rumus dalam penentuan sampel : $n = N / N (d)^2 + 1$.

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

d : Nilai presisi (ditentukan sebesar 90% atau a= 0,1)

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

$$n = \frac{16250}{16250 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{16250}{163,5} = 99,38 = (100)$$

Maka dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden untuk mewakili populasi nasabah Bank BRI Syariah sebesar 16.250 jiwa.

3. Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi Penelitian ini akan dilakukan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Mataram. Subjek dari penelitian ini adalah nasabah tabungan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Mataram.

C. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data utama dari peneliti yang diperoleh secara langsung melalui kuisisioner kepada responden. Penelitian ini memperoleh data dari nasabah pembiayaan KUR di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Mataram.

2. Data Sekunder

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini selain primer adalah data sekunder. Data sekunder diperoleh peneliti melalui buku-buku yang berkaitan dengan penelitian, jurnal-jurnal, skripsi, dan beberapa sumber

yang berasal dari website resmi. Data sekunder ini sangat dibutuhkan peneliti sebagai acuan dalam pengembangan landasan teori yang digunakan.

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran angket/kuisisioner dan pengamatan.

a. Observasi

Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kelakuan manusia seperti terjadi dalam kenyataan. Dengan observasi kita dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kehidupan sosial, yang sukar diperoleh dengan metode lain. Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah sejumlah nasabah yang menabung di BRI Syariah Kantor Cabang Mataram.

b. Angket/kuisisioner

Angket/kuisisioner merupakan bentuk pengumpulan data dengan cara memberikan pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Ismail, 2015:73). Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah sejumlah nasabah yang menabung di BRI Syariah Kantor Cabang Mataram.

E. Teknik Penentuan Skala

Penelitian ini menggunakan teknik skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur

dijabarkan menjadi indikator variabel, yang kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak dalam menyusun item-item instrument berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2015:93).

Tabel 3.1
Teknik Penentuan Skala

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

F. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan suatu unsur di dalam sebuah penelitian untuk mengetahui cara pengukuran dalam suatu variabel yang akan diteliti. Adanya pemberian nilai atau skor pada setiap jawaban. Penelitian ini menggunakan *skala likert* sebagai ukuran untuk menjabarkan indikator, yang selanjutnya indikator itu sebagai acuan atau tolak ukur peneliti dalam menyusun instrumen pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.2
Variabel Penelitian, Definisi, Indikator, dan Skala Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Talking (X1)	Bentuk komunikasi dalam membicarakan produk perusahaan	1. Bahan Pembicaraan 2. Merupakan cerita yang menarik	Skala Likert

	(Sumardy : 2011)	3. Sebuah pengetahuan atau informasi	
Promoting (X2)	Kemampuan dalam mempromosikan produk yang dirasa baik dan menguntungkan (Sumardy : 2011)	1. Merekomendasikan 2. Memiliki Peran 3. Mengubah pikiran orang yang dituju menjadi positif terhadap objek	Skala Likert
Selling (X3)	Kemampuan dalam mengusahakan terjadinya perubahan perilaku (Sumardy : 2011)	1. Ajakan 2. Dorongan	Skala Likert
Minat (Y)	Keinginan dan rasa ingin tahu yang tinggi (Suharyat :2009)	1. Kognisi (menenal) 2. Emosi (perasaan) 3. Konasi (kehendak)	Skala Likert

G. Teknik Analisis Data

a. Validitas

Validitas berkaitan dengan seberapa jauh alat ukur dapat mengungkap dengan jitu gejala yang akan diteliti/ diukur, dan seberapa jauh alat ukur itu dapat menunjukkan dengan benar atau sah gejala yang terjadi pada variabel independen (*talking, promoting, selling*) dan dependen (minat) (Ismail, 2015:128). Ketika suatu kuisioner menunjukkan signifikansi dibawah 5% maka kuisioner tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011:52).

b. Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dikatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2015:268). Adapun cara untuk melihat instrument pernyataan reliable pada variabel independen (*talking, promoting, selling*) dan dependen (minat) adalah dengan cara menggunakan uji statistik SPSS dengan melihat Cronbach Alpha lebih dari 0,70 (Nunnally, 1994).

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Screening terhadap normalitas data merupakan langkah awal yang dilakukan untuk setiap analisis multivariate. Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Adapun uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorv-Smirnov* untuk melihat apakah variabel independen (*talking, promoting, selling*) dan dependen (minat) terdistribusi secara normal atau tidak. Apabila data yang diperoleh nilai signifikansinya $>0,05$ maka data berdistribusi normal, namun apabila data yang diperoleh nilai signifikansinya $<0,05$ maka data tidak berdistribusi secara normal (Ghozali, 2011:33).

2) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antar variabel independen (*talking, promoting, selling*). Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolonieritas dapat dilihat pada nilai tolerance dan value inflation factor (VIF). Jika nilai VIF yang digunakan untuk menunjukkan adanya $tolerance \leq 0,1$ atau $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2011:105).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain pada variabel independen (*talking, promoting, selling*) dan dependen (minat). Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Heteroskedastisitas. Terdapat salah satu cara untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yakni ZPRED dengan residual SREID. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:139).

d. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang bertujuan untuk melihat apakah masing-masing variabel independen (*talking, promoting, selling*) memiliki pengaruh yang positif atau negatif, dan untuk memprediksi

nilai dari variabel dependen (minat) mengalami kenaikan dan penurunan (FAI, EPI (2016:37). Adapun rumus persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Nasabah

e = Variabel Pengganggu

a = Konstanta

$X_1 = Talking$

$X_2 = Promoting$

$X_3 = Selling$

e. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian ini terdiri dari analisis regresi linear berganda koefisien determinasi (R^2), uji signifikan parameter individual (uji statistik t), uji signifikan simultan (uji statistik f). Adapun penjelasannya menurut Ghazali (2011:97) adalah :

- 1) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (minat). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil memiliki arti kemampuan variabel independen (*talking, promoting, selling*) dalam menjelaskan variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen.

- 2) Uji signifikan parameter individual (uji statistik t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (*talking, promoting, selling*) secara individual dalam menerangkan variasi dependen (minat). Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau :

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternative (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau :

$$H_A : b_i \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

- 3) Uji signifikansi simultan (uji statistik f) menunjukkan apakah variabel independen (*talking, promoting, selling*) dalam penelitian memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (minat). Taraf signifikansi pada uji F ini pada tingkat 5% atau 0,05. Jika signifikansi $<0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dan apabila signifikansi $>0,05$ maka variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap dependen.