

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian analisis kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka.¹

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.1.1 Data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.² Untuk memperoleh data dalam wawancara, peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Akhmad Nurudin selaku Pimpinan Kas Bank Syari'ah Mandiri Kantor Kas Karang Ayu. Disamping wawancara peneliti memperoleh data dari nasabah dengan cara menyebarkan kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti sebanyak 100 kuesioner. Kuesioner tersebut di design dengan menggunakan skala *likert*.³

¹ Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia, 2005, hlm. 93.

² Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, hlm. 42.

³ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004, hlm 19.

3.1.2 Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber kedua yang dapat di peroleh melalui buku-buku , brosur dan artikel yang di dapat dari *website* yang berkaitan dengan penelitian ini.⁴ Atau data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung, data ini mendukung pembahasan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang di peroleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian tersebut.⁵ Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, brosur, *website*, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian.⁶ Adapun obyek penelitian dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syari'ah Mandiri kantor kas Karang Ayu, dimana jumlah nasabah nya adalah 2000 nasabah yang dijadikan populasi dalam penelitian ini⁷.

3.2.2 Teknik pengambilan sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 119.

⁵ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Off set, 2006, hlm. 160.

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006, hlm. 130.

⁷ Hasil wawancara dengan bapak Akhmad Nurudin, Rabu 26 Agustus 2009.

keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁸ Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel acak (*probabilitas sampling*) yaitu metode pemilihan sampel, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁹ Dalam teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *probabilitas sampling* (sampel acak) karena peranan nasabah sama dalam mewakili populasinya, di samping itu untuk mempermudah dalam menentukan sampel yang mudah ditemui. Responden yang dipilih adalah nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang yang tidak hanya terfokus komunitas muslim saja tetapi juga terbuka untuk nasabah non muslim.

Cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Yang dimaksud dengan *convenience* yakni metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pemilihan anggota populasi yang mudah di akses untuk memperoleh jawaban atau informasi.. Pengambilan sampel diperoleh berdasarkan rumus *slovin*.¹⁰

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2008 hlm. 116.

⁹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 141.

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 2%.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kelonggaran 10%, sehingga didapat jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{2000}{1 + 2000 \cdot 0,1^2}$$

$$n = 95$$

untuk memudahkan peneliti dalam pengolahan data maka peneliti membulatkan sampel dari 95 menjadi 100 sampel.

3.3 Metode pengumpulan data

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.¹¹ Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup.

Instrument kuesioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable. Instrumen yang valid berarti instrument tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrument yang *reliable* adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

¹¹ Sugiyono, *op. cit*, hlm. 199.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin.¹² Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. N : Netral
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut :

1. SS : 5
2. S : 4
3. N : 3
4. TS : 2
5. STS: 1

Validitas berarti kesucian alat ukur dengan apa yang hendak diukur, artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau objek yang ingin diukur. Reabilitas artinya memiliki sifat yang dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reabilitas apabila dipergunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain akan tetapi memberikan hasil yang sama. Jadi reabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur

¹² Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta:: PT Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 65.

untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur dalam hal dan objek yang sama.¹³

3.3.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.¹⁴

Wawancara disini ditujukan kepada nasabah dan pihak manajemen pada Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang. Wawancara dilakukan pada nasabah bertujuan untuk melengkapi data yang tidak terdapat pada kuesioner, sedangkan wawancara pada pihak manajemen untuk mengetahui sejauh mana promosi dan diferensiasi yang telah dilakukan oleh Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

3.4 Definisi Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen (minat) dan variabel independen (promosi dan diferensiasi).

Tabel 3.1

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Promosi (X1)	Bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Publisitas 4. Penjualan Pribadi	Likert

¹³ Iqbal Hasan, *op.cit*, hlm. 15

¹⁴ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metode penelitian bisnis dan manajemen*, Yogyakarta: BPF, 2002, hlm. 152.

		dengan segera untuk meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. (Fandy Tjiptono:1997) Definisi promosi secara operasional adalah upaya yang di lakukan oleh Bank Syari'ah Mandiri untuk memperkenalkan produk-produknya dengan cara memberitahukan kepada para nasabah bahwa Bank Syari'ah Mandiri mempunyai kelebihan-kelebihan tersendiri di bandingkan dengan perbankan yang lainnya.	(Kasmir: 2004)	
2.	Strategi diferensiasi (X2)	Semua upaya <i>brand</i> atau perusahaan untuk menciptakan perbedaan di antara para pesaing dalam rangka membentuk <i>Value</i> terbaik kepada para pelanggan. (Hermawan Kartajaya, 2004). Definisi Diferensiasi secara operasional adalah Strategi khusus	1. Konten 2. Konteks 3. Infrastruktur (Hermawan Kartajaya: 2006)	Likert

		yang di gunakan oleh pihak Bank dalam menciptakan perbedaan pada produk yang di tawarkan.		
3.	Minat (Y)	Kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak pada orang. (Abdul Rahman Saleh: 2004). Definisi Minat secara operasional adalah Sesuatu yang pribadi yang berhubungan dengan sikap untuk memutuskan menggunakan produk atau tidak.	1. Return 2. Rasa aman 3. Keyakinan (Rahmat Saleh: 2007)	Likert

3.5 Teknik analisis data

3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

3.5.1.1 Uji Validitas

Data dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi

ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti.¹⁵ Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir kuesioner. Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis dengan menggunakan komputer program SPSS 16.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan critical value pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk moment lebih besar dari critical value, maka instrumen ini dinyatakan valid. Sebaliknya apabila skor item kurang dari critical value, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

3.5.1.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.¹⁶

¹⁵ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm 135.

¹⁶ *Ibid*, hlm 135.

Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Croanbach Alph* lebih besar dari 0,60¹⁷.

3.5.2 Analisis regresi berganda

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Dimana: Y = Minat nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien korelasi ganda

x_1 = Promosi

x_2 = Diferensiasi

Untuk melakukan regresi linier berganda dengan uji signifikansi, yaitu dengan alat uji T-test dan F-test.

1) T-test untuk menguji pengaruh secara parsial. Rumusan hipotesisnya:

Ho: $P = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Ha: $P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Menurut kriteria P value:

a) Jika $P > 5\%$, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (Ho) atau Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2005, hlm. 129.

b) Jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) atau H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁸

2) *F*-tes, untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan. Rumusan hipotesis statistiknya:

$H_0: P=0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

$H_a: P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

Menurut kriteria p value:

a) Jika $P > 5\%$, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0)

b) Jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0).¹⁹

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.²⁰

2. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling

¹⁸ *Ibid*, hlm 299.

¹⁹ Iqbal Hasan, *op.cit*, hlm. 108

²⁰ Imam Ghazali, *op.cit*, hlm.56.

mempengaruhi.²¹

3. Uji Heterokedasitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians.

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.²²

²¹ Husein Umar, *op.cit*, hlm 188.

²² Imam Ghazali, *op.cit*, hlm 76.