

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian melibatkan untuk apa tujuan penelitian dilakukan, metode apa yang digunakan, bagaimana populasi penelitiannya dan topik apa yang akan dipelajari dan melibatkan seperangkat keputusan<sup>47</sup>. Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kausalitas. Penelitian kausalitas adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel atau lebih terhadap variabel tertentu<sup>48</sup>. Pada penelitian ini yaitu mengenai pengaruh bauran promosi dan *brand equity* terhadap keputusan menabung. Berdasarkan jenis datanya, penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model sistematis, teori-teori.

---

<sup>47</sup>Suryani Hendriyani, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Prenandemedia Group, 2015), hlm.108

<sup>48</sup>Duwi Priyatno, *Buku Saku SPSS, Analisis Statistik Data, Lebih Cepat, Efisien dan Akurat*, (Jakarta: Mediakom, 2011), hlm.11

### 3.2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang yang beralamat di Pasar 16 Ilir, Jl. Masjid Lama No. 30-31, Ilir Timur 1. Kota Palembang, Sumatera Selatan 16514. Telephone: (0711) 421919.

### 3.3. Sumber Data

Adapun data yang diperoleh merupakan data:

#### 1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang menjadi sumber penelitian dilapangan<sup>49</sup>. Seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data diperoleh secara langsung melalui hasil pengisian kuesioner oleh nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

#### 2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder lainnya dari data yang kita butuhkan.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yang

---

<sup>49</sup>Junaidi Heri, *Metode Penelitian Berbasis Temu Kenali*, (Palembang: Rafahpress, 2018), hlm.52

diperoleh dari dalam perusahaan dan dari luar perusahaan. Data yang didapat dari dalam perusahaan berupa data nasabah dan *website* perusahaan, sedangkan informasi yang diluar perusahaan di dapat dari situs internet, buku-buku, jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### **3.4. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.4.1. Populasi**

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian<sup>50</sup>. Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh nasabah menabung pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang sebanyak 18.961<sup>51</sup>. karakteristik dalam penelitian ini yaitu nasabah menabung di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang yang lebih dari setahun.

---

<sup>50</sup>Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Edisi Kedua*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm.206

<sup>51</sup>Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang, 2020

### 3.4.2. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri dikehendaki dari suatu populasi<sup>52</sup>.

#### 1) Penentuan ukuran sampel

Ukuran sampel adalah banyaknya individu, subjek atau elemen dari suatu populasi yang diteliti untuk diambil sampelnya. Teknik sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus slovin yaitu:

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

Keterangan :

n = jumlah elemen/ anggota sampel

N = jumlah elemen/anggota populasi

e = eror level (tingkat kesalahan)<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup>Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual&SPSS Edisi Pertama*, (Jakarta: Prenadanamedia Group, 2013), hlm.30

<sup>53</sup>Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Idea Press, 2017), hlm.123

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

$$n = \frac{18.961}{1 + 18.961 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{18.961}{1 + 18.961 (0,01)}$$

$$n = \frac{18.961}{1 + 189,61}$$

$$n = \frac{18.961}{190,61}$$

$n = 99,475$  atau 100, berdasarkan rumus slovin disesuaikan menjadi 100 responden.

## 2) Penarikan penarikan sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling isidental. Teknik sampling isidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan/isidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data<sup>54</sup>.

Ketentuan dalam pemilihan sampel yang diambil penelitian ini adalah:

---

<sup>54</sup>Umar Husein, *Metode Riset dan Perilaku Konsumen Jasa*, (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 2003), hlm.85

- a) Nasabah yang menabung di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.
- b) Sudah menjadi nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Penelitian ini menyebarkan daftar pernyataan kepada nasabah menabung di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu<sup>55</sup>. Adapun pernyataan dalam kuesioner dibuat dalam skala likert (1-5) yang mempunyai skor 1-5 sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Tabel Skala Likert**

Simbol	Kategori	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2020

---

<sup>55</sup>J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikan Pangsa Pasar*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), hlm.8

### 3.6. Definisi Operasional

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Bauran Promosi X1	Bauran promosi adalah komunikasi pemasaran yang sangat penting agar nasabah mengerti akan manfaat dan kelebihan produk yang ditawarkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. Promosi Penjualan</li> <li>3. Hubungan Masyarakat</li> <li>4. Penjualan Personal</li> </ol>	Likert
2	<i>Brand Equity</i> X2	<i>Brand equity</i> adalah nilai tambah yang diberikan pada produk/jasa kepada nasabah untuk meningkatkan jumlah nasabah dan mempertahankan nasabah lama	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)</li> <li>2. <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek)</li> <li>3. <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek)</li> <li>4. <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)</li> </ol>	Likert
3	Keputusan Nasabah Y	Keputusan nasabah atau keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk memutuskan pembelian atau tidak terhadap produk pada perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan Kebutuhan</li> <li>2. Pencarian Informasi</li> <li>3. Evaluasi Alternatif</li> <li>4. Keputusan Pembelian</li> <li>5. Perilaku Pasca Pembelian dan Evaluasi</li> </ol>	Likert

### 3.7. Instrumen Penelitian

#### 3.7.1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara dua data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian<sup>56</sup>. Uji tabel pada  $df = n - 2$ , jika hasil  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka butir pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid.

#### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai  $\alpha > 0,60$  maka reliabel.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup>Endang Widi Winarni, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm.175

<sup>57</sup>V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm.192



### 3.8. Teknik Analisis Data

#### 3.8.1. Uji Asumsi Klasik

##### 3.8.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Hal ini penting diketahui berkaitan dengan ketepatan pemilihan uji statistik yang akan digunakan. Karena dalam uji statistik parametrik mensyaratkan data harus berdistribusi normal.<sup>58</sup> Untuk mengetahui normal atau tidaknya data, dilakukan perhitungan uji normalitas dengan menggunakan teknik uji Kolmogorov-smirnov. Data yang berdistribusi normal jika nilai signifikan  $> 0,05$  sebaliknya jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka data dinyatakan tidak normal.

$H_0$  : data berdistribusi normal (asyp.sig  $> 0,05$ )

$H_a$  : data berdistribusi tidak normal (asyp.sig  $< 0,05$ )

##### 3.8.1.2. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan linear atau tidak dari model regresi antar variabel

---

<sup>58</sup>Supardi U.S, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Edisi Revisi (Konsep Statistika Yang Lebih Komprehensif)*, (Jakarta Selatan: Change Publication Design, 2013), hlm.129

yang diuji.<sup>59</sup> Dalam menggunakan metode *Langrange Multiplier* tidak terjadi linearitas jika nilai chi square hitung < chi square tabel.

### **3.8.1.3. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah adanya korelasi antar variabel independen, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel. Tidak terjadi multikolinearitas jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1.<sup>60</sup>

### **3.8.1.4. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu model regresi terjadi heterokedastisitas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan *glejser*. Tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikan > 0,05.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup>Nikolaus Duli, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi&Analisi Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm.127

<sup>60</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2011), hlm.105

<sup>61</sup>Nikolaus Duli, Op.Cit., hlm.122

### 3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing variabel independennya. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus sebagai berikut:<sup>62</sup>

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Ket:

Y = keputusan nasabah menabung

a = konstanta

$b_1$  &  $b_2$  = koefisien regresi variabel independen

$X_1$  = bauran promosi

$X_2$  = *brand equity*

e = tingkat kesalahan

---

<sup>62</sup>Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif&Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*, (Semarang: Semarang University Press, 2012), hlm. 13

### 3.8.3. Uji Hipotesis

#### 3.8.3.1. Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji apakah dalam setiap variabel bebas (independen) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial.

$H_0$  = tidak adanya pengaruh antara variabel bauran promosi dan *brand equity* secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung.

$H_a$  = ada pengaruh antara variabel bauran promosi dan *brand equity* secara paraisal terhadap keputusan menabung.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima

#### 3.8.3.2. Uji F (Simultan)

Uji f (simultan) digunakan untuk menunjukkan apakah dalam variabel bebas (independen) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

$H_0$  = tidak adanya pengaruh antara variabel bauran promosi dan *brand equity* secara simultan terhadap keputusan menabung.

$H_a$  = ada pengaruh antara variabel bauran promosi dan *brand equity* secara simultan terhadap keputusan menabung.

Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak

Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima

### 3.8.3.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh model ini dalam menerangkan variabel terikat. Nilai dari koefisien determinasi itu sendiri antara nol (0) sampai dengan satu (1). Nilai  $R^2$  kecil yang berarti kemampuan variabel bebas (dependen) dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) memiliki artian bahwa variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai yang mempunyai interval nol (0) sampai satu (1), jika  $R^2 = 1$  berarti besarnya presentase  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap naik turunnya  $Y$  secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi mendekati satu (1) maka pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat dan semakin cocok garis regresi untuk meramalkan Y.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup>Imam Ghozali, *Metode Penulisan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm.125