

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Media Communication Terhadap Keputusan Memilih Produk Pada Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang. Penelitian ini dilakukan di Jalan Letkol Iskandar No. 537-538 Palembang, Kelurahan 26 Ilir, Kecamatan Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis metode yang akan digunakan dalam penelitian ini setelah melihat latar belakang diatas adalah dengan menggunakan metode analisis kuantitatif, yaitu menggunakan data dalam bentuk angka dengan menggunakan data primer. Penelitian kuantitatif ialah penelitian dengan menekankan pada pengujian teori-teori dengan menggunakan variabel-variabel penelitian dalam bentuk angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.¹ Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuisisioner untuk mengetahui keputusan nasabah dalam memilih produk pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung, Alfabeta), 2011, hlm.7.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diolah oleh organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data tersebut dikumpulkan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.² Data primer didapatkan secara langsung dari responden melalui kuisioner yang diisi oleh nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.

Metode Pengumpulan Data Dalam penelitian ini adalah dengan metode wawancara langsung, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari narasumber guna untuk mendukung penelitian pada karya tulis ilmiah ini.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi menurut sekaran adalah sebuah keseluruhan kelompok orang, kejadian yang ingin diteleti. Populasi adalah jumlah keseluruhan dari wilayah objek dan subjek penelitian. Populasi merupakan sekumpulan elemen yang terdiri dari beberapa karakter tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan

² Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta : Pranadamedia Group, 2015), hlm.171.

yang sama untuk dijadikan sampel.³ Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang, yang pada tahun 2020 nasabahnya mencapai 80.839.

b. Sampel

Sugiyono mendefinisikan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan pendapat Ferdinand (2006) sampel adalah subjek dari populasi yang terdiri beberapa anggota populasi. Subset ini diambil dari banyak kasus dikarenakan tidak semua kasus memiliki anggota populasi, oleh karena itu diambil sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.⁴

Probabilitas sampling adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan probabilitas sampling, maka pengambilan sampel secara acak atau random dari populasi yang ada. Agar sampel yang telah diambil dapat representatif, maka dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu :⁵

N

³ Izuzudin Wahyu Al Hafidh, *Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Syariah Terhadap Keputusan Beli Produk Pada Bank Syariah Mandiri Area Malang*, skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Skripsi, 2018, hlm.46.

⁴ Putih Kumalasari, *Analisis Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Brand Equity Dan Dampaknya Pada Keputusan Beli Konsumen*, Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2013, hlm. 46.

⁵ Ridho Firdaus, *Pengaruh Brand Image Dan Media Communication Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Modal Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2017, hlm 65.

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

Dimana: n = Jumlah sampel penelitian

N = Jumlah populasi penelitian

e^2 = Prosentase kelonggaran ketidak telitian karena

kesalahan Pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e dalam rumus

diatas adalah 5% atau sig. 0.05

Diketahui bahwa jumlah populasi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang PIM pada tahun 2020 adalah 80.839 maka perhitungan sampel dengan menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut :

$$\frac{80.839}{1+(80.839 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{80.839}{808.39}$$

$$n = 99.8764501662 = 100$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin diatas maka jumlah kuesioner mendekati 100 maka dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah lang yang strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Teknik yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Kuisisioner

Metode angket atau kuesioner merupakan metode untuk memperoleh data dengan cara memberikan daftar pertanyaan sederhana yang akan diisi oleh responden yang terdiri dari pertanyaan mereka tentang variabel *brand awareness, brand image dan media communication* yang berkaitan dengan produk pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang untuk mengetahui sejauh mana variabel tersebut mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pada bank tersebut.

Data di kumpulkan dengan menggunakan angket yaitu dengan mengajukan pernyataan pernyataan dalam angket dibuat dengan menggunakan skala likert dari 1 – 5 untuk memperoleh data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai sebagai berikut :⁶

Tabel 3.1 Penentuan Jawaban Kuisisioner

No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Dari berbagai sumber, 2021

2. Wawancara

⁶ Fatkhurahman Arliansyah, Repository UIN Jakarta (repository.uinjkt.ac.id)

Wawancara yaitu teknik untuk mengumpulkan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, yang mana wawancara ini bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁷

E. Variable Penelitian

Menurut Kerlinger, variabel yaitu konstruk (constructs) atau sifat yang akan dipelajari. Selanjutnya menurut Kidder, variabel merupakan suatu kualitas (qualities) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Sedangkan Creswell mendefinisikan, variabel adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bisa bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa

⁷ Ridho Firdaus, *Pengaruh Brand Image Dan Media Communication Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Modal Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2017, hlm. 98

variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu, variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dengan kata lain variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya nilai variabel yang lain. Variabel independen sering disebut dengan variabel prediktor. Variasi perubahan variabel independen akan berakibat terhadap variasi perubahan variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah brand awareness (X1), brand image (X2) dan media communication(X3)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dengan kata lain variabel dependen adalah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variasi variabel indepepen. Variabel ini sering disebut dengan dengan variabel kriteria. Variasi perubahan variabel dependen ditentukan oleh variasi

perubahan variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan memilih produk pada bank (Y).

F. Definisi Operasional

Variabel Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Secara operasional variabel-variabel dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut :

Tabel. 3.2 Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Brand Awaerness (X1)	Brand awareness Merupakan kesanggupan konsumen dalam mengenal kembali suatu merek yang diyakinkan bagian dari produk tertentu.	1. kemampuan mengenali jenis produk. 2. penyesuaian produk terhadap keinginan konsumen. 3. kemampuan mengingat promo produk.	Likert
Brand Image (X2)	Brand image adalah merek atau produk yang di proyeksikan atau dikaitkan pada suatu citra kepribadian tertentu melalui kampanye periklanan.	1. Citra pembuat 2. Citra pemakai 3. Citra produk	Likert

Media Communication (X3)	Media Communication adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke khalayak banyak.	1.Promosi penjualan 2. Periklanan 3.Penjualan tatap muka 4.Hubungan Masyarakat	Likert
Keputusan Memilih Produk (Y)	Keputusan Memilih Produk adalah merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan.	1. Motivasi 2. Persepsi 3.Pengetahuan 4.Keyakinan dan pendirian	Likert

Sumber : Dari berbagai sumber, 2021

G. Metode Analisi Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan oleh peneliti, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang

dikumpulkan tidak menyimpang dari gambar tentang variabel yang dimaksud. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :⁸

- a. Jika r dihitung lebih besar ($>$) daripada r tabel, maka instrumen atau item item pertanyaan dinyatakan valid.
 - b. Jika r lebih kecil ($<$) daripada r tabel, maka instrumen atau item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid.
- b. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam program IBM SPSS *Statistics* Versi 25, akan dibahas untuk uji yang sering digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan metode *Alpha (Cronbach's)*. Uji reabilitas merupakan uji untuk memusatkan perhatian pada konsistensi.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut memenuhi asumsi-asumsi dasar. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi

⁸ Peny Cahaya Azwari, Muhammadinah dan Juwita Anggraini. *Modul Praktikum SPSS*.(Palembang: Rafah Press, 2019). Hlm 43.

normal atau tidak, karena model regresi yang baik memiliki data yang normal atau mendekati norm (Ghozali,2006).⁹

Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji statistik *kolmogorov smirnof* (K-S). Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat dikatakan berdistribusi normal, dan sebaliknya apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi tidak normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian ini dilakukan melalui IBM SPSS Versi 25, dengan menggunakan *Test For Linearty* dengan taraf 0.05. Dua variabel dapat dikatakan mempunyai hubungan yang signifikan apabila kurang dari 0.05.

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel – variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multi kolonieritas adalah dengan cara

⁹ Puti Kumalasari, *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Brand Equity dan Dampaknya Pada Keputusan Beli Konsumen*, Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2013, hlm.56.

mengamati nilai VIF dan tolerance. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai VIF dan tolerance. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance $< 0,10$, maka model regresi terdapat multikolinearitas.
- Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$, maka model regresi tidak terdapat multikolinearitas

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini adalah salah satu dari uji asumsi klasik yang dilakukan pada regresi linear. Jika masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolute residual maka dalam regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas.¹⁰

3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan tentang sifat populasi sedangkan uji hipotesis merupakan suatu prosedur untuk membuktikan kebenaran sifat populasi berdasarkan data sampel. Hipotesis yang ingin diuji kebenarannya biasanya dibandingkan dengan hipotesis yang salah yang

¹⁰ Muhamad Yusuf, Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*, IPB Press, 2019, hlm. 76

nantinya akan ditolak. Hipotesis yang salah dinyatakan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis yang benar dinyatakan dengan hipotesis alternatif (H_a). Dalam penelitian ini menggunakan tiga uji hipotesis, yaitu uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

a. Uji t (signifikansi parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variable independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial terhadap titik bebasnya dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

- 1). Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2). Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Pengaruh Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen, yang ditunjukkan dalam Tabel ANOVA. Dasar pengambilan

keputusannya dengan membandingkan nilai sig. dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig. lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan (sig. < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bisa digunakan untuk memprediksi variabel dependen.¹¹ Rumusan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- H₀ : ketiga variabel independen (X₁, X₂, dan X₃) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- H_a : ketiga variabel independen (X₁, X₂, dan X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Keterangan : X₁: Brand Awareness

X₂: Brand Image

X₃: Media Communication

Y : Keputusan Memilih Produk

c. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi adalah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R²) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen.¹²

4. Analisis Regresi Linier Berganda

¹¹ Kadir, *Statistika Terapan Konsep: Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015, hlm 200

¹² Izzudin Wahyu Al Hafidh, *Pengaruh Brand Awareness Dan Persepsi Syariah Terhadap Keputusan Beli Produk Pada Bank Syariah Mandiri Area Malang*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2018, hlm.49.

Analisis regresi linier berganda adalah suatu model variabel terikat pada dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linier berganda dapat diuji apabila jumlah variabel independen dua atau lebih.¹³ Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Adapun regresi linier berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* (X1), *Brand Image* (X2) Dan *Media Communication* (X3), terhadap keputusan memilih (Y). Bentuk persamaan dalam regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :¹⁴

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_k X_k + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependent

α = Koefisien konstanta

b = Konstanta perubahan variabel X terhadap Y

X = Variabel independent

e = Error

¹³ Sugiono Dan Agus Santoso, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 303.

¹⁴ Sugiono Dan Agus Santoso, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 250.