

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kausalitas. Penelitian kausalitas adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel atau lebih terhadap variabel tertentu. Pada penelitian ini yaitu mengenai pengaruh Strategi Diferensiasi, Positioning dan Iklan Produk Terhadap Motivasi menabung nasabah. 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 matematis, teori-teori.

B. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Palembang yaitu pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman. Beralamatkan di Jalan Jendral Sudirman no 616, Kel 17 Ilir, Ilir Timur 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Telp: 0711-5733096, dan dalam Penelitian ini objeknya adalah nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Berdasarkan jenis datanya, penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numeri/angka. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model sistematis, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.¹ Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner sebagai instrumen penelitian.

2. Sumber Data

Data adalah semua hasil observasi atau pengukuran yang telah dicatat.² Sumber data dalam penelitian ini yang digunakan adalah sumber data primer yang artinya data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.³

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2002: 108) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di

¹ Suryani dan Hendryadi, “*Metode Riset kuantitatif*”, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016, hlm: 137

² Soeratno dan Arsyad Lincoln, “*Metodologi Penelitian*”, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, 2015, hlm, 173.

³ *Ibid*, hlm, 178.

tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di tarik kesimpulannya Populasi dalam peneltian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah KCP Jendral Sudirman Palembang yang berjumlah 5.302 nasabah.

2. Sampel

Pendekatan umum yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan para peneliti dapat digunakan sebagaisampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data dianggap ahli⁴

Peneliti menentukan kriteria sampel yang dituju yaitu:

- a. Nasabah yang memakai jasa Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.
- b. Sudah menjadi nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman lebih dari satu tahun.
- c. Nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman yang menggunakan

Aplikasi BRIS Online

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

Keterangan :

n = Jumlah Elemen / Anggota Sampel

⁴ Umar Husein, 2013, *Metode Riset dan Perilaku konsumen Jasa*, (Jakarta:PT. Ghalia Indonesia, 2013), hlm.108

$N = \text{Jumlah Elemen / Anggota Populasi}$

$e = \text{Error Level (Tingkat Kesalahan)}^5$

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

$$n = \frac{5.302}{1 + 5302 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{5302}{1 + 53.02}$$

$$n = \frac{5302}{54.02}$$

$$n = 98.1488338 = 100$$

Bedasarkan rumus slovin di sesuaikan menjadi 100 responden.

Jadi jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 100 sampel responden yang berasal dari nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

E. Teknik Pengumpulan data

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 142) Kuesioner merupakan suatu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. keyakinan, perilaku dan

⁵ Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017) Hlm 123

karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi yang bias terpengaruh oleh sisitem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Dalam pengertian lain, suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden (orang-orang yang menjawab). Terutama pada penelitian survey.⁶

Jenis skala yang digunakan peneliti adalah skala likert. Skala likert menurut Kinner dikutip dalam Muhamad, adalah skala yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan lainnya. Skala Likert 5 titik (versi asli dari Dr. Rensist Likert), :

Tabel 3.1
Tabel Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

F. Variabel Penelitian

Adapun variabel yang akan diteliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas X (Independen)

⁶Helen Sabera Adib, *Metodologi Penelitian* (Palembang:Noer Fikri, 2015), hlm. 37

Variabel bebas (Variabel Independen) adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhinya variabel terikat. Variabel independent yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu :

a. Diferensiasi (X1)

Diferensiasi (X1) adalah upaya suatu perusahaan untuk memberikan penampilan yang berbeda dimata benak nasabah.

b. *Positioning* (X2)

Positioning (X2) cara untuk mendesain tawaran citra perusahaan yang menepati tempat istimewa atau tercipta image khusus (dibandingkan para pesaing) dibenak nasabah sasaran.

c. Iklan Produk (X3)

Iklan Produk (X3) Merupakan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media.

2. Variabel Terikat Y (Dependen)

Variabel terikat (Variabel Dependen) yaitu variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel bebas dan kondisi dimana karakteristik yang muncul atau berubah ketika peneliti mengubah atau mengganti variabel bebas, yaitu Motivasi Menabung. Motivasi Menabung adalah serangkaian upaya untuk memengaruhi tiingkah laku orang lain dengan mengetahui terlebih dahulu tentang apa yang membuat seseorang bergerak

G. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variable	dimensi	Indikator	Skala
Diferensiasi	Ciri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tabungan BRI menawarkan produknya berbeda dengan produk Bank lain 2. Bank Bri merancang produk tabungan faedah sesuai dengan selera nasabah 	Skala Likert
	Keistimewaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk tabungan faedah memiliki nilai lebih dari produk lain 2. Bank Bris memberikan bagi hasil yang disepakati antara nasabah dan bank sesuai dengan ketentuan yang 	

		berlaku	
	Mutu kinerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan Bank cepat dalam proses melayani nasabah 2. Karyawan Bank mengemban amanat para nasabah dengan baik 	
	Mutu Kesesuaian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tabungan BRI sesuai dengan standar yang diinginkan nasabah 2. Karyawan bri syariah memberikan respon yang baik ketika berbicara sesuai dengan standar 	
	Keandalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan selalu sigap dalam melayani para nasabah 2. Nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh bank 3. Nasabah menyukai kemudahan tanpa berbelit-belit 	
	Gaya	1. Produk	

		<p>tabungan faedah benar-benar secara syariah</p> <p>2. Pegawai Bank Bris berpenampilan menarik</p>	
Positioning	Harga	<p>1. Harga sesuai kualitas produk</p> <p>2. Konsumen mampu membayar nilai perbedaan, (harga terjangkau)</p> <p>3. Harga bersaing dengan produk bank lain</p>	Skala Likert
	Produk	<p>1. Tabungan Faedah Bris Mudah dikenali</p> <p>2. Tabungan Faedah Bris iB memiliki fungsi produk yang jelas</p> <p>3. Produk Tabungan Faedah Bris iB Menarik perhatian</p>	
	Pengguna Produk	<p>1. Nasabah merasa nyaman dalam pemakaian produk</p> <p>2. Berorientasi pada nasabah</p> <p>3. Nasabah</p>	

		merasakan pelayanan dan kepuasan dalam pemakaian produk	
Pesaing produk		<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah merasakan perbandingan kualitas produk dengan produk pesaing 2. Nasabah merasakan perbandingan pelayanan dengan Bank lain 	
Iklan	Message	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan yang disampaikan oleh Bris mampu membangkitkan keinginan saya untuk menabung 2. Pesan yang disampaikan oleh BRIS mampu mempengaruhi saya dalam melihat perbandingan dengan produk lain 3. Pesan yang disampaikan mampu menarik saya untuk 	Skala Likert

		menabung	
	Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah Anda mengetahui Tabungan BRIS iB dari Social Media 2. Apakah BRIS memanfaatkan Sosial Media untuk mengiklankan Tabungan BRIS iB 3. Saya mendapatkan informasi mengenai tabungan Faedah iB melalui brosur 	
Motivasi	Pemicu Psikologis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya akan mulai mengatur anggaran keuangan dengan baik 2. Saya akan menyisihkan uang sedikit untuk bisa menabung 	Skala Likert
	Pemicu Emosional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mulai merencanakan menggunakan produk bank syariah untuk jangka panjang 2. Saya menggunakan 	

		produk Bris atas kemauan sendiri	
	Pemicu Kesadaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tertarik dengan produk Bris yang bervariasi 2. Produk Bris tidak mengandung riba karena menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan ajaran islam 	
	Pemicu Lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menggunakan produk BRIS karena orang lain juga menggunakan (keluarga, teman, tetangga, dll) 2. Saya menabung karena semua orang disekitar saya memiliki tabungan di Bank 	

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Uji validitas dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada taraf 0,05. Jika r hitung $>$ r tabel maka item dinyatakan valid sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid.⁷

2. Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisisioner pada penelitian ini adalah dengan melihat besaran nilai *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* pada kisaran 0,6 artinya dapat diterima.⁸

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogrow-Smimov (K-S). Model regresi yang baik haruslah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal, dan dapat dinyatakan normal apabila nilai asymp. sig \geq 0,05.

b. Uji Heteroskedastisitas

⁷ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 95-96

⁸ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 141

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah pada model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini menggunakan metode *Glejser*. Model regresi yang baik harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas, yang berarti varians dari residual harus konstan untuk keseluruhan variabel, dengan melihat nilai $\text{sig.} \geq 0,05$.⁹

c. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel data yang diteliti memiliki keterikatan atau hubungan secara linear atau tidak. Dalam penelitian ini, uji linearitas yang digunakan adalah dengan metode *Test For Linearity*. Model regresi yang baik haruslah memiliki nilai residual yang linear dan dapat dinyatakan linear apabila nilai $\text{sig. linearity} \leq 0,05$ dan nilai $\text{sig. deviation from linearity} \geq 0,05$ ¹⁰

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen. Model regresi berganda dalam pernyataan ini dinyatakan sebagai berikut :

⁹ *Ibid*, hlm. 95-96

¹⁰ *Ibid*, hlm. 145

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana:

Y : Variabel Terikat (Motivasi Menabung)

β_0 : Koefisien Regresi (Konstanta)

ε : Faktor Error

X1 : Variabel Bebas Diferensiasi

X2 : Variabel Bebas *Positioning*

X3 : Variabel Bebas Iklan Produk

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual menerangkan variasi dependen.

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, maka hipotesis ditolak.

2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak berdasarkan signifikan :

Jika signifikan $> 0,05$, H_0 ditolak, maka hipotesis ditolak.

Jika signifikan $< 0,05$, H_0 diterima, maka hipotesis diterima.

b. Uji Koefisien Determinasi Parsial

Uji koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X1, X2, X3, X4, X5 terhadap variabel Y secara parsial.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam merangkai variabel terikat, yaitu mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Namun untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan R square yang telah disesuaikan atau tertulis

Adjusted R square, karena telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian.