

BAB III

METODE PENELITIAN

A. *Setting* Penelitian

Penelitian ini dilakukan mengenai Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Melakukan Transaksi Pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) Mahasiswa Uin Raden Fatah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang. Penelitian ini dilakukan di Jalan Prof.K.H Zainal Abidin Fikri Kelurahan Pahlawan Kecamatan Kemuning Palembang, Sumatera Selatan 30126.

B. *Desain* Penelitian

Desain penelitian melibatkan seperangkat keputusan mengenai topik apa yang akan dipelajari, bagaimana populasi penelitian, metode penelitian apa yang akan digunakan, dan apa tujuan dari penelitian yang dilakukan..¹ Dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan situasi atau kejadian yang terjadi. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran akurat dari sebuah information, menggambarkan suatu *compositions*, mekanisme, atau hubungan antar kejadian. Penelitian deskriptif di sebuah perusahaan dapat menggambarkan karakteristik karyawan seperti

¹ Suryani dan Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* Edisi Kedua, Jakarta: PrenadaMedia Group (Divisi Kencana), 2015, hlm. 108.

usia, jenis kelamin, masa kerja, dan berbagai karakteristik lainnya.² Adapun information yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu dengan membagikan kuisioner kepada responden yang merupakan mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan, metode yang digunakan, tingkat eksplansi, dan berdasarkan jenis data yang digunakan. Berdasarkan tingkat eksplansi penelitian dibagi menjadi tiga yaitu penelitian deskriptif (gambaran), penelitian asosiatif (hubungan), dan penelitian komparatif (perbandingan).³ Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan data, baik dalam bentuk tabel maupun garfik, mencari rata-rata (mean), nilai tengah (median), standar deviasi, dan lainnya. Statistik yang digunakan dalam penelitian deskriptif adalah statistik deskriptif. Dengan statistik deskriptif, peneliti hanya menggambarkan fitur dasar dari data dalam penelitian.⁴

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini dinamakan metode kuantitatif

² Ibid., hlm. 109.

³ Ibid., hlm. 113-114.

⁴ Ibid., hlm. 118-119.

karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵ Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh langsung dari pengisian kuisioner/angket dari responden sebagai instrumen penelitian.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶ Populasi juga dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang, kejadian, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa uin yang melakukan transaksi pembayaran UKT pada Bank

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan Kedua, Bandung: Alfabeta, 2019, hlm. 15.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan Kedua, Bandung: Alfabeta, 2019, hlm.130

⁷ Suryani dan Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* Edisi Kedua, Jakarta: PrenadaMedia Group (Divisi Kencana), 2015, hlm. 190

Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang yang berjumlah 1600 Mahasiswa.⁸

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling Nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *sampling incidental*. Sampling Insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.¹⁰ Jumlah sampel dalam penelitian ini

⁸ Wawancara Bapak Akbar Tri Pratama, *Relationship manager funding* Bank Muamalat KCU Palembang, 17 september 2021

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan Kedua, Bandung: Alfabeta, 2019, hlm.131

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan Kedua, Bandung: Alfabeta, 2019, hlm.138

berdasarkan Rumus slovin dengan taraf kepercayaan 90% (taraf signifikansi 0,10) adalah sebagai berikut.¹¹

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

$$n = \frac{16000}{1+16000(0.10)^2} = 99,9 = 100$$

Berdasarkan pada rumus slovin diatas, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.¹²

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Kuisisioner

Kuisisioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden.

Kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup dan terbuka,

¹¹ Umar husein,2003,metode riset dan perilaku konsumen jasa, (Jakarta:PT.Ghalia Indonesia,2003),Hlm.108

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Metode Penelitian dan Pengembangan* (Research and Development/R&D, 2019), hlm. 135.

dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.¹³ Dalam hal ini responden yang dimaksud adalah mahasiswa UIN Raden Fatah yang melakukan Transaksi pembayaran UKT pada Bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang. Kuisisioner ini disebarakan melalui google Form Kuisisioner ini digunakan untuk memperoleh jawaban atau informasi dari mahasiswa UIN Raden Fatah yang melakukan Transaksi pembayaran UKT pada Bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang dengan memberikan pernyataan-pernyataan yang benar-benar dialami oleh mahasiswa UIN Raden Fatah yang melakukan Transaksi pembayaran UKT pada Bank Muamalat Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang.

Skala yang digunakan dalam penyusunan kuisisioner adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial sendiri telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Skala likert dapat mengukur variabel penelitian dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan Kedua, Bandung: Alfabeta, 2019, hlm.131

atau pernyataan.¹⁴Adapun skala likert yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan 5 skor yaitu sebagai berikut:

Table 3.1

Skala likert

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat tidak setuju	STS	1
2	Tidak setuju	TS	2
3	Kurang setuju	KS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat setuju	SS	5

Sumber:Sugiyono,2013

2. Observasi

Observasi ialah teknik pengambilan data pada saat peneliti ingin mengetahui lebih banyak tentang hal-hal yang menjadi responden.¹⁵

Observasi pada penelitian ini untuk mendapatkan informasi lebih detail mengenai pembayaran Uang Kuliah Tunggal pada Bank Muamalat di Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang.

F. Variabel Penelitian

Menurut Kerlinger, variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Selanjutnya menurut Kidder, variabel adalah suatu

¹⁴ *Ibid.*, hlm.152

¹⁵ Sugiono, ‘‘Metode Penelitian Bisnis’’, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 137

kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Sedangkan menurut Creswell, variabel adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bisa bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti.¹⁶

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa 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.¹⁷ Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu, variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat)

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁸ Dengan kata lain variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya nilai variabel yang lain. Variabel independen sering disebut dengan variabel prediktor. Variasi perubahan variabel independen akan

¹⁶*Ibid.*, hlm. 56

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 57

¹⁸ *Ibid.*

berakibat terhadap variasi perubahan variabel dependen.¹⁹Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Promosi (X1) dan Kualitas Layanan (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.²⁰ Dengan kata lain variabel dependen adalah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variasi variabel independen. Variabel ini sering disebut dengan dengan variabel kriteria. Variasi perubahan variabel dependen ditentukan oleh variasi perubahan variabel independen.²¹Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan (Y).

G. 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.²²Secara operasional variabel-variabel dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

1. Promosi

Menurut Tjiptono (2002), Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan

¹⁹ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: ANDI, 2011, hlm. 7.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan Kedua, Bandung: Alfabeta, 2019, hlm. 57

²¹ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: ANDI, 2011, hlm. 8.

²² Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: ANDI, 2011, hlm. 8.

informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.²³

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Antara lain;

- a. Periklanan (*Advertising*) Merupakan bentuk presentasi dan promosi non personal yang memerlukan biaya tentang gagasan, barang atau jasa oleh sponsor yang jelas.
- b. Promosi Penjualan (*Sales promotion*) Merupakan insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.
- c. Hubungan Masyarakat (*Public relation*) Yaitu yang membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan sejumlah cara, supaya diperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus dan menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta event yang tidak menguntungkan.
- d. Penjualan Perorangan (*Personal selling*) Merupakan presentasi personal oleh tenaga penjualan suatu perusahaan dengan tujuan menghasilkan transaksi penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan

2. Kualitas Layanan

²³ Garaika and Feriyan, "Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta."

Kualitas Layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan keakuratan pengiriman mereka, menyeimbangkan keinginan konsumen.²⁴ Indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Antara lain;

- a. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu organisasi dalam membuktikan eksistensinya kepada pihak internal, yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan kepegawaian.
- b. *Reliability* atau kehandalan yaitu kemampuan suatu organisasi untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (Responsif) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance* atau jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai dalam suatu organisasi untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada organisasi.
- e. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.

²⁴ Solihin and Wibawanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan."

3. Keputusan

Keputusan nasabah adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan nasabah sebelum mengambil suatu produk.²⁵ Indikator yang digunakan dalam penelitian ini Menurut Kotler, indikator keputusan terbagi menjadi :

- 1) Kemantapan
- 2) Kebiasaan
- 3) Rekomendasi ²⁶

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	skala
1	Promosi (X1) Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara efektif dilakukan oleh	1.Program Periklanan	1) Dapat menimbulkan Perhatian 2) Menarik 3) Dapat menimbulkan keinginan	<i>Likert</i>
		2. Program	1) Souvenir	

²⁵ Karnila Ali "Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekavase Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro" *Jurnal Ilmiah FE-UMM* , Vol. 11 (2017) No. 1. hal.41

²⁶ L. Harsanto and W. Hidayat, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 6, no. 3 (2017): 340–351.

perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan. ²⁷	Promosi penjualan	2) Kupon
	3. Hubungan Masyarakat	1) Hubungan Pers 2) Publisitas Produk 3) Kegiatan Masyarakat 4) Melakukan Lobi 5) Membangun g jejaring
	4. Penjualan Personal (Personal Selling)	1) informasi terkait produk 2) Manfaat produk kepada konsumen 3) Memberikan arahan kepada konsumen untuk melakukan transaksi

²⁷ Manampiring and Wenas, "Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado."

5	Kualitas layanan(X2) kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan keakuratan pengiriman mereka, menyeimbangkan keinginan konsumen. ²⁸	<i>a. Tangibles</i>	1) Keramahan 2) Kesopanan 3) Kenyamanan ruangan	<i>likert</i>
		<i>b. Realiability</i>	1) Pelayanan Mudah 2) Pelayanan Cepat 3) Komunikasi mudah	
		<i>c. Responsivines</i>	1) tanggap administrasi 2) tanggap keluhan	
		<i>d. Assurance</i>	1) jaminan 2) kepastian	
		<i>e. Empathy</i>	1) Kepentingan nasabah 2) melayani dan menghargai 3) Sopan santun	
3	Keputusan (Y) keputusan nasabah adalah proses	a. Kemantapan	1) Kemantapan produk 2) Menikmati	<i>likert</i>

²⁸ Solihin and Wibawanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan."

pengambilan keputusan yang dilakukan nasabah sebelum mengambil suatu produk. ²⁹		produk dan jasa
	b. Kebiasaan	1) Membeli produk 2) Memilih produk
	c. Rekomendasi	1) Rekomendasi 2) Membeli produk atau jasa di bank syariah

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

H. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.³⁰ Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam uji instrumen, yaitu:

1. Uji Validitas

²⁹ Karnila Ali "Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekavase Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro" *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, Vol. 11 (2017) No. 1. hal.41

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan Kedua, Bandung: Alfabeta, 2019, hlm. 166

Uji validitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti.³¹ Dalam penelitian ini tingkat validitas dapat diukur dengan program SPSS versi 20.0 *for windows*. Program SPSS versi 20.0 merupakan program yang digunakan untuk menguji apakah masing-masing indikator penelitian valid atau tidak, dilihat dari tampilan *output Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item-Total Correlation*. Dengan kriteria untuk penilaian uji validitas sebagai berikut:

- Jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif pada signifikan 0,05 (5%), maka variabel tersebut valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas serangkaian item pertanyaan dalam keandalannya mengukur suatu variabel.³² Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor atau skala pengukuran. Uji reliabilitas berbeda dengan uji validitas karena reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi sedangkan validitas lebih memperhatikan masalah ketepatan.³³

Dalam penelitian ini untuk mengukur suatu variabel reliabel atau tidak

³¹ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)* Edisi Pertama Cetakan Pertama, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, hlm. 77

³² Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)* Edisi Pertama Cetakan Pertama, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, hlm. 77

³³ Prof. Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 175.

menggunakan *Cronbach Alpha*. Dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($> 0,60$).

I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.³⁴ Dengan kata lain, tujuan dari dilakukannya analisis data adalah untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang sudah diajukan yang selanjutnya hasil analisis data diinterpretasikan dan dibuat kesimpulannya.³⁵ Ada beberapa program yang sering digunakan sebagai alat bantu analisis, anatar lain: Excel, IBM SPSS, STATA, R, Evie.ws, LISREL, AMOS dan lain sebagainya.

IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) merupakan salah satu program yang paling banyak digunakan dalam disiplin ilmu psikologi, pendidikan, dan pelatihan. SPSS membantu pengguna dalam menggambarkan data, pengujian hipotesis, dan mencari korelasi atau hubungan antara satu variabel atau lebih. Beberapa fitur IBM SPSS antara lain IBM SPSS Data Collection, IBM SPSS Statistic, IBM SPSS Modeler, dan

³⁴ Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 226.

³⁵ Suryani dan Hendrayadi, *Op.Cit.*, hlm. 210

IBM Analytical Decision Management.¹²³ Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS Statistic versi 20.0 *for windows* (memprediksi: analisis statistik canggih untuk memahami data, mengidentifikasi tren dan menghasilkan perkiraan yang akurat). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis uji persamaan regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan tahapantahapan sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan apabila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel tersebut diambil. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengkaji dan mengukur nilai rata-rata dari variabel promosi, kualitas layanan dan keputusan pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Untuk mengukurnya dilakukan dengan cara menyebar kuisisioner serta memberi skor dengan menggunakan skala likert dengan jawaban kuisisioner yang diisi oleh pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Dan juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linier, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linier sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data *cross sectional*³⁶. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jadi uji normalitas dilakukan pada nilai residual bukan dilakukan pada masing-masing variabelnya.³⁷ Salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah secara visual melalui Normal P-P Plot, ketentuannya adalah jika titik-titik masih berada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal.³⁸ Karena pengujian secara visual ini cenderung kurang valid, maka dalam penelitian ini menggunakan uji statistik

³⁶ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, Op.Cit., hlm.103

³⁷ Ibid., hlm. 106-107

³⁸ Ibid., hlm. 59.

non-parametik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Adapun ketentuan menggunakan uji statistik non-parametik Kolmogrov Smirnov (K-S) adalah sebagai berikut:

- Jika nilai sig lebih besar dari 5% (Asymp.Sig > 0,05), maka data residual berdistribusi normal.
- Jika nilai sig lebih kecil dari 5% (Asymp.Sig < 0,05), maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas merupakan adanya ketidaksamaan varians dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Tujuan uji heterokedastisitas adalah untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, dimana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heterokedastisitas atau nonheterokedastisitas.³⁹ Dapat disimpulkan bahwa uji heterokedastisitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamat ke pengamat yang lain. Model regresi yang baik dan memenuhi syarat adalah terdapat kesamaan varians atau adanya homokedastisitas dari residual satu ke pengamat ke pengamat yang lain.⁴⁰ Dalam penelitian ini

³⁹ *Ibid.*, hlm 63.

⁴⁰ *Ib id.*, hlm. 104

menggunakan uji Glejser dengan meregresikan variabel-variabel bebas dengan nilai absolut residualnya.

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah adanya hubungan linear antara variable bebas dalam model regresi berganda. Jika hubungan linear antar variabel bebas dalam model regresi ganda adalah korelasi sempurna, maka variabel-variabel tersebut berkolinieritas ganda sempurna.⁴¹ Jadi tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikatnya (Y) menjadi terganggu. Alat statistik yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF).⁴² Kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinieritas di antara variabel bebasnya, dan begitu pula sebaliknya.⁴³ Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 61

⁴² *Ibid.*, hlm. 108.

⁴³ *Ibid.*, hlm.62.

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 Linieritas

Uji linearitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bersifat linier atau tidak. Uji linearitas dimaksudkan untuk menguji linier atau tidaknya data yang dianalisis.⁴⁴ Uji linieritas biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian linieritas dengan program SPSS menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (linearity) $< 0,05$.

1. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier adalah teknik statistika untuk membuat model dan menyelidiki pengaruh antara satu atau beberapa variabel

⁴⁴ Sudjana, *Teknik Analisis Regresi Dan Korelasi Bagi Peneliti*, Bandung: Tarsito, 2003, hlm. 331.

bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y). Ada dua macam analisis regresi linier, yaitu:⁴⁵

a. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan analisis regresi dengan satu variabel independen, dengan formulasi umum:

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

b. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan analisis regresi dengan dua atau lebih variabel independen, dengan formulasi umum:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a = Kostanta

b₁ = Koefisien Regresi X₁

b₂ = Koefisien Regresi X₂, dan seterusnya

e = Residual/Erör

Fungsi persamaan regresi selain untuk memprediksi nilai variabel dependen (Y), juga dapat digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 45.

variabel dependen (Y).⁴⁶ Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 20.0 for windows. Sehingga untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), maka dapat dihitung dengan persamaan regresi berganda sebagai berikut: Keputusan = a + b1 (Promosi) + b2 (Kualitas Layanan) + e

2. 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 nantinya akan ditolak. Hipotesis yang salah dinyatakan dengan hipotesis nol (H0) dan hipotesis yang benar dinyatakan dengan hipotesis alternatif (Ha).⁴⁷ Dalam penelitian ini menggunakan tiga uji hipotesis, yaitu uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

a. Uji t (Parsial)

Pada dasarnya, uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 22.

menerangkan variasi variabel dependen.⁴⁸ Uji t merupakan uji untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (variabel bebas) secara parsial atau individual terhadap variabel dependen.⁴⁹ Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikan hasil perhitungan dengan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari tingkat kepercayaan sebesar 5% ($\text{sig} < \alpha$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (variabel bebas) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (variabel terikat).

b. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya adalah untuk mengukur seberapa jumlah kemampuan model dalam memvariasi variabel dependen (variabel terikat). Nilai koefisien determinasi berada pada kisaran 0 (nol) sampai dengan 1 (satu).⁵⁰ Nilai koefisien determinasi yang mendekati 0 (nol) berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas. Sementara nilai koefisien determinasi mendekati 1 (satu) berarti variabel variabel

⁴⁸ Kadir, *Statistika Terapan Konsep: Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015, hlm. 209

⁴⁹ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Op.Cit.*, hlm. 52.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm 198.

bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.