

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas Tentang Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Dan Promosi Terhadap Minat Pemilihan Produk Bank BNI Syariah (studi kasus Masyarakat Desa Langkap Kecamatan Babat Supat).

B. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode *positivistik* karena berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.⁴⁶

Dalam penelitian ini variabel independen yaitu pengetahuan masyarakat (X1), Promosi (X2) dan variabel dependen yaitu Minat Pemilihan Produk (Y).

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan maret 2020.

D. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Langkap Kecamatan Babat Supat. Jl. Palembang-Jambi Kecamatan Babat Supat Kab. MUBA kode pos 30755

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.7

E. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Data kuantitatif merupakan data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dihitung.⁴⁷ Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh langsung dari pengisian kuisioner sebagai instrumen dari penelitian ini.

2. Sumber data

Sumber data dalam penelitian dapat diperoleh dari data primer:

Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner atau juga data hasil wawancara penelitian dengan narasumber.⁴⁸

Data primer dalam penelitian ini adalah data dari observasi langsung dan data dari kuesioner yaitu berupa hasil jawaban responden atas kuesioner yang diajukan kepada masyarakat DESA LANGKAP KECAMATAN BABAT SUPAT.

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik

⁴⁷ Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2014. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara, h.22

⁴⁸ Wiranata Sujarweni, *Metodologi penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 14), h.91

kesimpulannya.⁴⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BNI Syariah yang berjumlah 800 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁰ Sampel dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank BNI Syariah yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian dan dapat dijelaskan oleh responden.

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menggunakan sampel adalah sampel *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel yang biasanya paling mudah dan paling cepat dilakukan, karena periset memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui.⁵¹ Yaitu dengan cara membagikan kuisioner kepada responde, pengambilan sampel diperoleh berdasarkan rumus *slovin*.

Rumus *slovin* digunakan untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui.⁵² Berdasarkan rumus slovin jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut.

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.117

⁵⁰ Ibid, Sugiyono, h.118

⁵¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), Cet.1, hal.81

⁵² Ibid, V, Wiratna Sujarweni, hal.82

e : Prosentasi kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir atau diinginkan.

Dari populasi yang 800 nasabah yang dimiliki rekening tabungan. Presisi ditetapkan diantara 10% dengan tingkat kepercayaan 90% maka besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{800}{1+800(0,1^2)} = 98,7$$

sampel minimal 98,7 nasabah jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 nasabah.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik penyebaran kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik kuisisioner adalah teknik yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden.⁵³

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang, skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang penelitian.⁵⁴

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai grad (susunan) dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, yang dapat berupa sebagai berikut:

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.142

⁵⁴ Ibid, h.134

Tabel 3.1Skala Likert

Pernyataan		Skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

H. Definisi Operasional Variabel

Variabel operasional variabel yang akan memberika arah kepada peneliti untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel bebas yaitu, Pengetahuan Masyarakat (X1), Promosi (X2) dan satu variabel terikat yaitu, Minat Pemilihan Produk (Y).

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya akan timbulnya variabel dependen (terikat).⁵⁵ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengetahuan Masyarakat (X1)

Pengetahuan adalah keseluruhan pemikiran, gagasan, dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya, termasuk manusia dan kehidupannya.⁵⁶

⁵⁵ Ibid, Sugiyono, h.61

⁵⁶ Akhyar Yusuf Lubis, *Filsafat Ilmu: Klasik Hingga Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Perss, 2016), h.63 (Skripsi IAIN Ponorogo, Imanuddin, 2019)

Adapun indikator dari pengetahuan masyarakat antara lain:

- Karakteristik atau atribut produk.
- Manfaat produk.
- Kepuasan suatu produk.
- Konsep dasar bank syariah.

b. Promosi (X2)

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Adapun indikator dari promosi yaitu:

- Periklanan (*advertising*)
- Penjualan Pribadi (*personal selling*)
- Promosi Penjualan (*sales promotion*)
- Publisitas (*publicity*)
- Pemasaran Langsung (*direct marketing*)

2. Variabel terikat (dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁵⁷ Variabel terikat dalam penelitian ini sebagai berikut:

⁵⁷Sugiyono, Ibid, h.61

a. Minat Pemilihan Produk

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan terhadap suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh atau bias diartikan rasa itu muncul dengan sendirinya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Adapun indikator minat antara lain:

- Dorongan dari dalam individu/diri sendiri
- Motif sosial
- Faktor emosional

Tabel 3.2

Variabel dan indikator penelitian

No	Sumber	Variabel	Indikator	Skala
1	Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah, (2016)	Pengetahuan (X1) Pengetahuan adalah gagasan, keseluruhan pemikiran dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya termasuk manusia dan kehidupannya.	<ul style="list-style-type: none">• Karakteristik atau atribut produk.• Manfaat produk.• Kepuasan suatu produk.• Konsep dasar bank syariah.	Likert

2	Imanudin (2019) Dan Khoirul Jaswadi (2018)	Promosi (X ₂) Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahu dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru digunakan pada suatu perusahaan melalui iklan dan penjualan.	<ul style="list-style-type: none"> • Periklanan (<i>advertising</i>). • Pnjualan Pribadi (<i>personal selling</i>). • Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>). • Publisitas (<i>publicity</i>). • Pemasaran Langsung (<i>direct marketing</i>). 	Likert
3	Imanudin (2019)	Minat (Y) Minat merupakan rasa ketertarikan akan sesuatu dalam melakukan hal dan bebas memilih kebutuhan baik berhubungan dengan perasaan atau pun pikiran.	<ul style="list-style-type: none"> • Dorongan dari dalam individu/diri sendiri. • Motif sosial. • Faktor emosional 	Likert

I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam. Meneliti dengan data yang sudah ada

lebih tepat kalau dinamakan membuat laporan dari pada melakukan penelitian.⁵⁸

Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan.⁵⁹

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner maupun mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan kolerasi bivariate antara masing-masing skor indicator dengan skor konstruk. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan SPSS 21.

Uji signifikikan dilakukan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel pada penelitian ini jumlah sampel yang dipakai adalah 100 sampel dan brsarnya df dapat dihitung $df = 100 - 2 = 98$ dan alpha 0,05 dapat r table 0,195 (dengan uji dua sisi). Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka indicator dinyatakan valid.⁶⁰

2. Uji Reliabilitas

Reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan vaeriable indikator dari variabel atau kostruk. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung, Alfabeta:2017), h.147

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidksn*. h.149

⁶⁰ Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*" (Semarang Universitas Diponorogo 2013), h.53

terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran ulang dan *One shot* atau pengukuran sekali saja.⁶¹

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu dan residual atau variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.⁶² Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji statistict Kolmogorof-Smirnov (K-S). Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$, sebaliknya jika nilai signifikannya $\leq 0,05$ maka sebenarnya dinyatakan tidak nirmal.

Hipotesis yang ditemukan:

Ho = data residual berdistribusi normal (*Asymp. Sig* > 0,05)

Ha = data residual tidak berdistribusi normal (*Asymp. Sig* < 0,05)

⁶¹ *Ibid*, h.47-48

⁶² Imam Ghozali, 2008. *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro), h.113

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independennya, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya menjadi terganggu. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir. Jika VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka regresi bebas dari multikolinieritas.⁶³

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahui bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas dengan

⁶³ Imam Ghozali. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS" (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011) h.105.

menggunakan uji gletser. Uji yang dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil dari uji gletser menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas apabila dari nilai signifikasinya diatas 5% atau 0,05.⁶⁴

d. Uji Lineritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis kolerasi atau regresi linear. Pengujian dengan SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* dengan tarap signifikan 0,05 antara dua variabel.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel minat dihubungkan dengan variabel independen.⁶⁵

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Minat

a : Konstanta

X1: Pengetahuan

X2 : Promosi

b : Koefisien regresi yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X)

e : Kesalahan prediksi (standar *error*)

⁶⁴Ibid Imam Ghozali."Aplikasi *Analisis Multivariate dengan SPSS*". h.163

⁶⁵ Kadir, "*Stastika Terapan Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*" (Jakarta: Rajawali Pres, 2015), h.156

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t yaitu digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas (independen) secara parsial terhadap variabel terikat (dependen). Untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial terhadap titik bebasnya, dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Adapun hipotesisnya sebagai berikut :⁶⁶

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F yaitu mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Prosedur yang dapat digunakan dalam uji f yaitu sebagai berikut:⁶⁷

- Penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas (n-k) dimana n : Jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.
- Kriteria keputusan
 - a. Uji kecocokan model ditolak jika $\alpha > 0,05$.
 - b. Uji kecocokan model diterima jika $\alpha < 0,05$

⁶⁶Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23". (Semarang : BPF Universitas Ponegoro, 2016). h. 96

⁶⁷Ibid h. 96

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi R^2 yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen . nilai koefisien determinansi yaitu nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.⁶⁸

⁶⁸Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23”. (Semarang : BPFE Universitas Ponegoro, 2016). h.95