

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang meneliti tentang hubungan antara variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Data yang diolah dengan cara analisis statistik atau dalam bentuk angka-angka.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, 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 (Sugiyono, 2014: 11).

Oleh karena itu peneliti berupaya mengumpulkan dan mencari data-data yang obyektif dan sesuai dengan keadaan nyata di lokasi penelitian berkenaan dengan hubungan bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah pada bank syariah.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan terhitung sejak selesai diseminarkan dan mendapat izin penelitian hingga rangkum menjadi Skripsi mulai bulan Oktober sampai Desember tahun 2022.

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Pemilihan lokasi ini didasarkan pertimbangan bahwa mayoritas penduduk di Kota Kendari beragama Islam sehingga dianggap dapat mempengaruhi masyarakat untuk menabung di bank syariah, dan tempat tersebut juga cukup representatif dengan penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 119). Dengan demikian yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari, dengan jumlah populasi yaitu sebanyak 175.429 Nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2009). Sedangkan Sampel menurut Anton Bawono (2006), diberi definisi sebagai “objek atau subjek penelitian yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari

populasi”. Kemudian menurut Supardi (2005), sampel adalah “bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi”. Menurut Suharsimi Arikunto (2002), “apabila subjeknya atau populasinya kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya atau populasinya lebih dari 100 orang, maka diambil batas kesalahan diantara 10 - 15% atau 20 - 25% atau lebih”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*, di mana peneliti menetapkan sampel dan telah membuat kisi-kisi atau batasan-batasan berdasarkan ciri-ciri subyek yang akan dijadikan sampel penelitian. Pertimbangan yang diambil oleh peneliti dalam menentukan sampel yaitu masyarakat yang memiliki rekening tabungan bank syariah, beragama Islam, dan sudah memiliki KTP.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam populasi penelitian, peneliti menggunakan rumus Sloving. Adapun rumus Sloving yang dikutip Muhammad (2008) adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus Sloving : } n = \frac{N}{1+N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n= Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e= Batas kesalahan

Dari 175.429 nasabah, peneliti akan mengambil 100 nasabah sebagai sampel dengan batas kesalahan 10%, sesuai dengan perhitungan berikut:

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

$$n = \frac{175.429}{1 + 175.429 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{175.429}{1 + 175.429 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{175.429}{1 + 175.429 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{175.429}{1.754,3}$$

$$n = 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100.$$

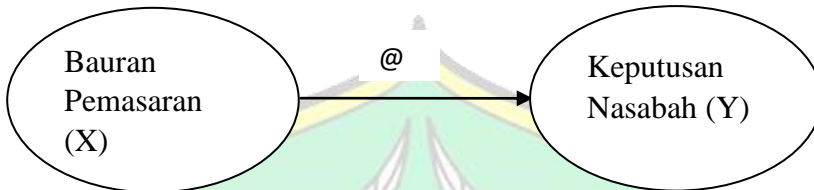
3.4 Variabel Penelitian

- a. Variabel bebas (*Independent*) adalah variabel yang variasi nilainya akan mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas diberi notasi “X”. Dalam penelitian ini, variabel bebas terdiri dari :Bauran Pemasaran(X).
- b. Variabel terikat (*dependent*) merupakan variabel yang variasi nilainya dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variasi nilai variabel yang lain. Variabel terikat diberi noatasi “Y”. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah Keputusan Nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

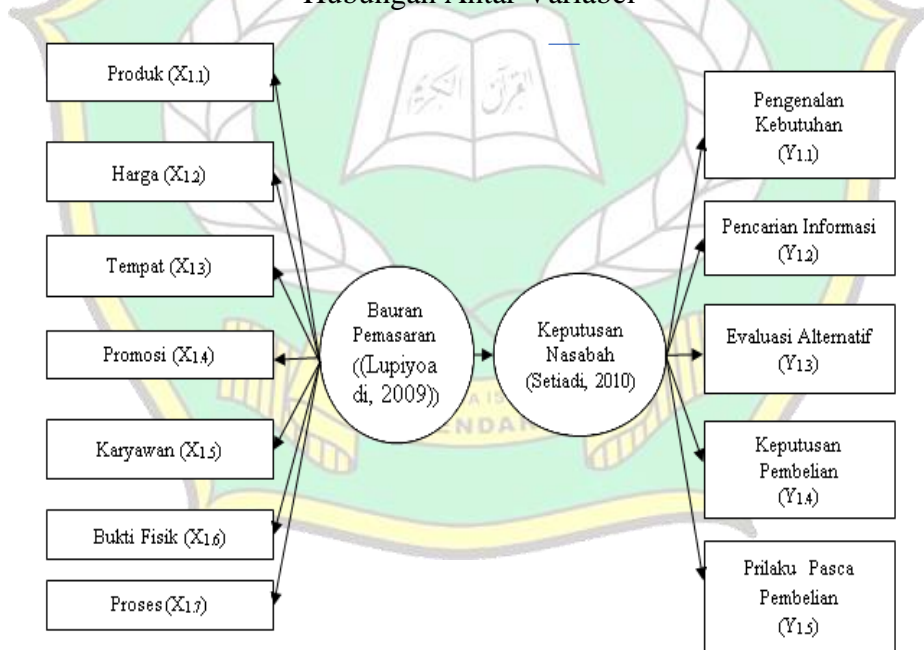
3.5 Desain Penelitian

Desain pada penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

Bagan 3.1
Desain penelitian



Bagan 3.2
Hubungan Antar Variabel



Keterangan :

Reduced Form (Rumus Fungsi)

$$Y = f(x)$$

$$1) x \xrightarrow{\alpha} y$$

$$Dik: Y = f(x)$$

$$y = f(a_0x_0, a_1x_1, y, e \dots)$$

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan agar memperoleh data yang akurat serta relevan dalam menganalisis permasalahan tersebut maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. *LibraryResearch* (Penelitian Kepustakaan)

Suatu teknik pengambilan data yang dipergunakan dengan jalan mempelajari literatur atau buku-buku lain yang berhubungan dengan masalah ini untuk memperoleh dasar teori yang dipergunakan dalam skripsi maupun jurnal.

2. *FieldResearch* (Penelitian Lapangan)

Suatu teknik pengambilan data dengan jalan penulis terjun langsung ke lapangan obyek penelitian. Adapun pengambilan data dengan teknik ini dilakukan dengan kuesioner (angket).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka (Sugiyono, 2014: 193), Namun peneliti memilih kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda centang pada kolom atau tempat yang sesuai.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) sebagai instrumennya yang merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang sudah memiliki jawaban alternative jawaban sehingga responden tidak menambahkan jawaban lain dan memudahkan dalam pengolahan data. Kuesioner ini menggunakan Skala Likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2014: 136).

Jumlah alternatif respon yang ada dalam menggunakan skala Likert 5 jenis yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Oleh karena itu, peneliti menguraikan jawaban responden berdasarkan kategori berikut ini:

- a. Untuk alternatif jawaban “a” diberi skor tertinggi : 5 (Sangat setuju)
- b. Untuk alternatif jawaban “b” diberi skor tinggi : 4 (Setuju)
- c. Untuk alternatif jawaban “c” diberi skor sedang : 3 (Netral)
- d. Untuk alternatif jawaban “d” diberi skor rendah : 2 (Tidak setuju)
- e. Untuk alternatif jawaban “e” diberi skor terendah : 1 (Sangat tidak setuju)

Jika pertanyaan negatif dengan alternatif jawaban yang berbeda, yaitu:

- a. Untuk alternatif jawaban “a” diberi skor tertinggi : 1 (Sangat setuju)
- b. Untuk alternatif jawaban “b” diberi skor tinggi : 2 (Setuju)
- c. Untuk alternatif jawaban “c” diberi skor sedang : 3 (Netral)
- d. Untuk alternatif jawaban “d” diberi skor rendah : 4 (Tidak setuju)
- e. Untuk alternative jawaban “e” diberi skor terendah : 5 (Sangat tidak setuju)

Untuk lebih jelasnya kisi-kisi instrumen angket penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Kisi Kisi Teori dan indikatornya

No	Variabel	Indikator	Keterangan
1	X Bauran Pemasaran (Lupiyoadi, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk($X_{1.1}$) 2. Harga ($X_{1.2}$) 3. Tempat($X_{1.3}$) 4. Promosi ($X_{1.4}$) 5. Orang($X_{1.5}$) 6. Bukti Fisik($X_{1.6}$) 7. Proses($X_{1.7}$) 	
2	Y Keputusan Nasabah (Setiadi, 2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan ($Y_{1.1}$) 2. Pencarian informasi ($Y_{1.2}$) 3. Evaluasi alternatif ($Y_{1.3}$) 4. Keputusan Pembelian ($Y_{1.4}$) 5. Perilaku Pasca-Pembelian($Y_{1.5}$) 	

3.8 Tehnik Analis Data

Analisis data adalah proses menyeleksi, menyederhanakan, memfokuskan, mengabstraksikan, mengorganisasikan data secara sistematis dan rasional sesuai dengan tujuan penelitian,serta mendeskripsikan data hasil penelitian itu dengan menggunakan tabel

sebagai alat bantu untuk memudahkan dalam menginterpretasikan. Kemudian data hasil penelitian pada masing-masing tabel tersebut diinterpretasikan (pengambilan makna) dalam bentuk naratif (uraian) dan dilakukan penyimpulan.

Ada dua variabel dalam penelitian ini, yaitu satu variabel bebas atau prediktor dan satu variabel terikat atau kriterium. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu bauran pemasaran. Sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Dalam penelitian ini, digunakan analisis data sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Data yang diperoleh dari lapangan disajikan dalam bentuk deskripsi data dari masing-masing variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Analisis data tersebut meliputi penyajian data terkecil dan terbesar, rentang data, mean, median, modus, tabel distribusi frekuensi, dan tabel kecenderungan masing-masing variabel. Bila tahap pengumpulan data telah selesai, maka selanjutnya dilakukan proses analisis data, agar data dapat disajikan dan digeneralisasikan dengan benar, data digeneralisasikan dalam bentuk persentase dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Keterangan: P = Persentase

F = Frekuensi

N = Jumlah responden.

2. Analisis Statistik Inferensial

a. Pengujian Prasyarat Analisis

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian terdistribusi normal atau tidak. Perhitungan normalitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Kolmogorov Smirnov Z dengan taraf signifikansi 5%. Perhitungan normalitas ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS. Jika nilai Asymp sig. Z lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal.

2) Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji F dapat digunakan untuk mengetahui hubungan tersebut dengan menggunakan program SPSS. Harga F hasil hitung dikonsultasikan dengan harga F_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%, Apabila F_{hitung} lebih kecil atau sama dengan F_{tabel} , maka hubungan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dinyatakan linear.

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara masing-masing variabel bebas. Persamaan regresi dapat diartikan sebagai kenaikan variabel bebas (X) dalam memprediksi variabel terikat (Y)

akan diikuti variabel bebas (X) yang lain jika terjadi multikolinieritas. Kenaikan tersebut disebabkan pernyataan butir-butir pertanyaan atau pernyataan pada variabel yang terjadi multikolinieritas menurut responden, sebagian besar hampir sama (saling berkaitan erat). Variabel yang terjadi multikolinieritas harus dikeluarkan salah satu. Uji multikolinieritas ini menggunakan teknik metode variance inflation factor (VIF), dimana $VIF = 1/\text{tolerance}$. Hubungan antar variabel bebas dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila harga VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Perhitungan uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS.

4) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu cross sectional. Autokorelasi merupakan korelasi time series (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika D-W sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai rule of thumb (aturan ringkas), jika nilai D-W diantara 1,5–2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi.

b. Pengujian Hipotesis

Apabila data hasil penelitian telah memenuhi syarat analisis, maka dapat dilanjutkan pengujian hipotesis. Adapun pengujian hipotesis pertama dan kedua menggunakan analisis regresi sederhana, sedangkan hipotesis ketiga menggunakan analisis regresi ganda.

1) Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi selanjutnya pada penelitian ini akan dilakukan analisis regresi ganda. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara dua variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat.

Rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independen (variabel bebas)

a = Kostanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

Perhitungan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan program SPSS. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel Anova (hasil uji hipotesis), tabel

coefficients (persamaan regresi) dan Model Summary (koefisien determinasi).

Dari perhitungan statistik akan diperoleh penerimaan atau penolakan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai Sig. (F) lebih kecil atau sama dengan nilai $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan yang signifikan.
- b) Jika nilai Sig. (F) lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$, maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan.

2) Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar (persentase) pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi product moment

3) Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Cara untuk mengetahui bahwa semua variabel independen yakni bauran

pemasaran berhubungan secara simultan terhadap variabel dependen yakni keputusan masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah adalah dengan cara melihat nilai signifikansi pada tabel anova. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji F ($p\text{-value} < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Di samping itu, selain dengan menggunakan $p\text{-value} < 0,05$, uji F juga bisa dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4) Uji T

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan t_{hitung} dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t_{hitung} = nilai t

r = nilai koefisien product momen

n = jumlah responden

I = nilai konstanta

Kriteria :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak H_0 dan terima H_1

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tolak H_1 dan terima H_0