BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitan ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivism digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[1]

Dengan menggunakan variabel. Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Maka dapat dirumuskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti.[2] Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (independen) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) dan variable terikat (dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.[3] Variabel-variabel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

---

[1] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta 2013), 8.
[2] Sugiono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2013), 3.
[3] Ibid., 4.

a. Variabel Dependen atau Terikat (Variabel Y)

Dalam penelitian ini adalah Minat Menabung Nasabah pada PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo.

b. Variabel Independen atau bebas (Variabel X)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel X yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo. yakni:

1) Promosi (X1)
2) Pelayanan (X2)

Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
X_1 = Promosi	Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberi tahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.	a) Periklanan b) Promosi Penjualan c) Personal Selling d) Publistis
X_2 = Pelayanan	perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri, prilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi	1) Tangibles 2) Reability 3) Responsiveness 4) Assurance 5) Empaty
Y = Minat Menabung Nasabah	suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu	1) Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah 2) Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah 3) Keputusan menjadi nasabah

B. Populasi, Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[4] Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah jumlah nasabah yang menggunakan produk tabungan pada PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo sebesar 3458 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[5] Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel acak *(Random Sampling)* juga disebut sampling probabilitas (*Propability Sampling*) ialah sampling di mana elemen-elemen sampelnya ditentukan atau telah dipilih berdasarkan nilai probabilitas dan pemilihannya dilakukan secara acak.[6] Untuk mendapatkan sample yang dapat menggambarkan populasi maka dalam penentuan sampel penelitian ini penulis menggunakan rumus Slovin.

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

Dimana :

n = jumlah sampel yang dicari

N = ukuran populasi

---

[4] Ibid., 61.
[5] Ibid., 62.
[6] Supranto, *Teknik Sampling Untuk Survey & Eksperimen* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007), 55.

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau di inginkan misalnya 10 %.[7]

Merujuk pada rumus di atas, maka penentuan jumlah sampel dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

$$n = \frac{3458}{1 + 3\ (0{,}1)^2}$$

$$= 97{,}67$$

$$= 98 \text{ responden}$$

C. Intrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner. Kuesioner atau yang dikenal sebagai angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan harus diisi oleh responden.[8] Dalam hal ini adalah responden atau nasabah PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo yang menggunakan produk tabungan. Instrumen ini digunakan untuk pengambilan data mengenai pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat menabung di PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo.

---

[7] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 181.

[8] Sambas Ali Muhidin,Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2007), 25.

Dalam penelitian ini teknik pengukuran yang digunakan yaitu dengan 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 aan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian variabel tersebut digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative.[9] Dalam penelitian ini jawaban responden diberi skor berdasarkan skala tingkat persetujuan :

a. Sangat Setuju (SS) : 5
b. Setuju (S) : 4
c. Netral (N) : 3
d. Tidak Setuju (TS) : 2
e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Adapun cara yang digunakan untuk menguji validitas dan realiabilitas instrumen yang akan digunakan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apaila pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Kriteria uji validitas adalah :

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 93.

a. Apabila r hitung > r table, maka kuesioner tersebut valid

b. Apabila r hitung < r tabel, maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid.

Rumus yang akan digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan korelasi product moment.[10]

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N\sum X^2].[N\sum X^2] - [N\sum X^2]}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien (korelasi antara x dan y)

N = Jumlah subyek

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total

XY = Jumlah perkalian antara skor item dengan skor total

X^2 = Jumlah kuadrat skor item

X^2 = Jumlah kuadrat skor total

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten.[11]

[10] Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*, 31.

[11] Danang Sunyoto, Praktik SPSS Untuk Kasus (Yokyakarta: Nuha Medika, 2011), 110.

Adapun untuk menguji reliabilitas instrument rumus yang digunakan adalah koefisien *Alpha Cronbach*, sebagai berikut :[12]

$$r11 = [\frac{k}{k-1}][1 - \frac{\sum \sigma n^2}{\sigma t^2}]$$

Dimana:

r11 : realibilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma n^2$: Jumlah varian butir pertanyaan

σt^2 : Variabel total.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui :

a. Angket atau Kuesioner

Kuesioner atau yang dikenal sebagai angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan harus diisi oleh responden. Ini digunakan untuk pengambilan data mengenai pengaruh promosi dan pelayanan karyawan terhadap minat menabung di PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo.

b. Interview atau Wawancara

Teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung bertatap muka *(personal face to face*

[12] Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*, 38.

interview) dengan sumber data (responden).[13] Dalam penelitian ini penulis melakukan wawanacara dengan pimpinan, karyawan dan nasabah yang menggunakan produk tabungan PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam bentuk catatan dokumen.[14] Dokumen yang penulis maksud adalah foto selama penulis melakukan penelitian, dan dokumen berupa brosur promosi yang dimiliki oleh bank.

E. Teknik Analisis Data

a. Korelasi *Pearson Product Moment*

Korelasi Pearson Product Moment adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variable bebas (X) dengan variable tak bebas (Y) dan data berbentuk interval dan rasio.Rumus yang digunakan korelasi PPM:[15]

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N\sum X^2].[N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien (korelasi antara x dan y)

N = Jumlah subyek

X = Jumlah skor item

[13] Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*, 21.

[14] Suwandi Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 158.

[15] Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*, 31.

Y = Jumlah skor total

XY = Jumlah perkalian antara skor item dengan skor total

X^2 = Jumlah kuadrat skor item

Y^2 = Jumlah kuadrat skor total

Korelasi *Pearson Product Moment* dilambangan (r) dengan ketentuan (r) tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq 1$). Apabila nilai r = -1 artinya korelasinya negative sempurna; jika nilai r = 0, artinya tidak ada korelasi; dan jika r = 1, artinya korelasinya sangat kuat.[16]

b. Korelasi Berganda

Korelasi Ganda (*Multiple Correlation*) adalah suatu nilai yang memberikan kuatnya hubungan dua atau lebih variabel bebas X secara bersama-sama dengan variable tak bebas Y. koefisien korelasi ganda dirumuskan sebagai berikut :[17]

$$R_{x1x2y} = \sqrt{\frac{r^2_{x1y} + r^2_{x2y} - 2.r_{x1y}.r_{x1x2}}{1 - r^2_{x1x2}}}$$

Dimana :

Rx1x2y = korelasi ganda antara variable X1 dan X2 secara bersama-sama dengan varabel Y

r_{x1y} = korelasi Product Moment antara X1 dengan Y

[16] Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2012), 20.

[17] Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi…,* 133.

^{r}x2y = Korelasi Product Moment antara X2 dengan Y1

^{r}x1x2 = Korelasi Product Moment antara X1 dengan X2

Untuk dapat menghitung korelasi ganda, maka harus dihitung terlebih dahulu koelasi sederhananya melalui korelasi Produk Moment (PPM)

Dengan membuat hipotesis :

H_a = terdapat hubungan yang signifikan antara promosi dan pelayanan terhadap minat menabung di PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo.

H_o = tidak terdapat hubungan yang signifikan antara promosi dan pelayanan terhadap minat menabung di PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo.

c. Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untukk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel bebas X terhadap satu variabel terikat Y.[18] persamaan regresi sederhana dapat menggunakan yakni :

Y = a + bx

Dimana :

Y = variabel dependen

a = nilai konstanta atau *intersept*

[18] Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi* (Bandung: Alfabeta 2012), 115.

b = koefisien regresi

x = variabel

independen d. Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas $X_1Y_2 \ldots X_i$ terhadap satu variabel terikat Y.[19]

Untuk menganalisis variabel-variabel penelitian seperti promosi dan pelayanan memerlukan metode penelitian regresi berganda. Dengan rumus :

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Dimana :

Y= Minat menabung

a = konstanta

b = koefisien

X_1 = promosi

X_2 = pelayanan

e. Uji Hipotesa

1) Uji Statistik t

Pada dasarnya menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

[19] Anting Sumatri dan Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 250.

Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik t. Pengujian ini dilakukan dengan melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan derajat keabsahan 5%. Pengambilan kesimpulan dengan melihat nilai sig dibandingkan dengan nilai α (5%), menggunakan langkah pengujian sebagai beikut :[20] a. Merumuskan hipotesis

Ho : b1,b2 = 0, maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial

Ha : b1,b2 ≠ 0, maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial.

b. Merumuskan kesimpulan

Jika P (probabilitas) > 0,05 maka hipotesis nol (Ho) diterima.

Jika P (probabilitas) < 0,05 maka hipotesis nol (Ho) ditolak.

2) Uji Statistik F

Pada dasarnya menunjukan apakah semua variable independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji ini dilakukan untuk membandingkan pada tingkat nilai sig dengan nilai α (5%) pada tingkat derajat 5%. Pengambilan kesimpulan dengan melihat sig α (5%) menggunakan langkah-langkah pengujiannya, sebagai berikut :[21]

[20] Retno Widyaningrum, *Statistik Edisi Revisi* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2009), 175.
[21] Ibid., 174.

a. Merumuskan Hipotesis

Ho : b1,b2 = 0, maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan.

Ha : b1, b2 ≠ 0, maka terdapat pengaruh signifikan secara simultan.

b. Merumuskan Kesimpulan

Jika P (probabilitas) > 0,05 maka hipotesis nol (Ho) diterima. Jika P (probabilitas) < 0,005 maka hipotesis nol (Ho) ditolak.