

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dapat menghasilkan penemuan penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur prosedur statistik atau dengan cara cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala gejala yang memiliki karakter tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan diantara variabel variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Menurut Kasiram, penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Bryman menyebutkan bahwa proses penelitian kuantitatif dimulai dari teori, hipotesis, desain penelitian, memilih subjek, mengumpulkan data, memproses data, menganalisis data, dan menuliskan kesimpulan.<sup>1</sup> Penelitian kuantitatif ditujukan untuk mengungkapkan gejala secara

---

<sup>1</sup> V. Wiratman Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 39.

holistik kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci.<sup>2</sup>

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>3</sup> Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.

## **B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristi/sifat yang dimiliki oleh objek/subjek tersebut.<sup>4</sup>

Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah nasabah penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri, akan tetapi jumlah populasi tidak diketahui karena merupakan rahasia Bank.

---

<sup>2</sup> Esti Yuandari, R. Topan Aditya Rahman, *Metodologi Penelitian*,... hal. 17.

<sup>3</sup> V. Wiratman Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,... hal. 49.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2016), hal. 80.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>5</sup>

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif.<sup>6</sup>

Menurut Purba, jika jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal ditentukan dengan rumus:

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,...* hal. 81.

<sup>6</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, ...*, hal. 81.

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5%=1,96

Moe = *Margin of error max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi

Dengan menggunakan Moe sebesar 10%, maka jumlah sampel yang diambil sebesar:<sup>7</sup>

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,4 \text{ atau dibulatkan } 96$$

Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah 96 nasabah penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

### 3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik yang digunakan. Secara skematis, teknik sampling ada dua macam, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Teknik *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang

---

<sup>7</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, ..., hal. 155.

memberikan peluang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang akan dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan kategori *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi itu sendiri. Cara ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen.<sup>8</sup>

### C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

#### 1. Sumber data

Dalam kegiatan yang berkaitan dengan statistik selalu berhubungan dengan data. Menurut kamus Bahasa Indonesia, data merupakan keterangan yang benar dan nyata. Atau dapat juga dikatakan bahwa data merupakan segala keterangan atau informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan.<sup>9</sup> Dimana tujuan pengumpulan data adalah untuk memperoleh gambaran suatu keadaan dan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan.

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,...* hal. 82.

<sup>9</sup> Esti Yuandari, R. Topan Aditya Rahman, *Metodologi Penelitian,...* hal. 14.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer, dimana sumber data diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan atau angket kepada nasabah penabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Data primer peneliti gunakan untuk mengetahui penilaian faktor *personal selling*, *direct marketing*, dan *corporate image* yang dapat meningkatkan jumlah nasabah. Data sekunder dalam penelitian ini adalah kajian putaka berupa buku, jurnal, brosur, website, dan contoh penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini.

## 2. Variabel

Menurut Hatch dan Fardahany, secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang memiliki variasi satu orang dengan orang lain atau satu objek dengan objek lain<sup>10</sup> Kerlinger menyatakan bahwa variabel konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Kidder menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> V. Wiratman Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,... hal. 75.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*,... hal. 38.

Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua macam variabel, yaitu:

a. Variabel *independen*

Variabel *independen* sering disebut dengan variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (*terikat*). Variabel *independen* dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu pemasaran pribadi, pemasaran langsung dan citra perusahaan.

b. Variabel *dependen*

Variabel *dependen* sering disebut juga dengan variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut juga dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel *independen* (bebas). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah menabung.

3. Skala pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan

menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang dikur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titi tolak untuk menyusun item item instrumen yang dapat berupa pertanyaan.<sup>12</sup>

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, yaitu:<sup>13</sup>

- |    |  |   |
|----|--|---|
| a. | Setuju/selalu/sangat positif diberi skor             | 5 |
| b. | Setuju/sering/positif diberi skor                    | 4 |
| c. | Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor           | 3 |
| d. | Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| e. | Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor         | 1 |

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,...* hal. 93.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, ...*, hal. 94.

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Apabila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting ilmiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, dinjalan, dan lain lain. Bila dilihat dari sumbernya datanya penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Selanjutnya, bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (anget), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Teknik pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Kuesioner (Anget)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bagi peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan responden. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup banyak dan tersebar diwilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan terbuka maupun tertutup, dapat diberikun kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,...* hal. 142.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuesioner untuk memperoleh data masyarakat secara umum, baik nasabah pembiayaan maupun nasabah penyimpan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar yang diperoleh berdasarkan tanggapan responden yang bersangkutan.

## 2. Observasi (Pengamatan)

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis, psikologis. Dua diantara hal yang terpenting adalah proses proses pengamatan dan ingatan. Dimana teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik kuesioner maupun teknik wawancara. Teknik observasi tidak terbatas pada orang, tapi juga pada objek objek alam yang lain.<sup>15</sup> Observasi atau pengamatan adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian.<sup>16</sup>

## E. Instrumen Penelitian

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif...* hal. 145.

<sup>16</sup> Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hal. 134.

Menurut Suharsimi Rikunto, instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>17</sup> Instrumen penelitian adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pembuatan instrumen harus mengacu pada variabel penelitian, definisi operasional, dan skala pengukurannya.

Adapun jenis instrumen dalam penelitian ini adalah jenis instrumen penelitian kuesioner. Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>18</sup> Sedangkan, skala pengukuran kuesioner yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan pendekatan dengan skala likert.<sup>19</sup>

**Tabel 3.1**  
**Kisi Kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Kisi Kisi Instrumen	Sumber
Pemasaran Pribadi (X <sub>1</sub> )	Pendekatan (X <sub>1.1</sub> )	1. Pegawai PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kemampuan memulai pembicaraan	Kotler, Philip dan Gary Amstrong, Penerjemah Bob Sabran. 2008. <i>Prinsip Prinsip Pemasaran</i> ,

<sup>17</sup> V. Wiratman Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,... hal. 97.

<sup>18</sup> *Ibid.*, hal. 98.

<sup>19</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, ..., hal. 104.

		dengan baik (X <sub>1.1.1</sub> ) 2. Pegawai PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri berpenampilan menarik(X <sub>1.1.2</sub> )	<i>Edisi Ke 12. Indonesia: Penerbit Erlangga.</i>
	Presentasi (X <sub>1.2</sub> )	3. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kemampuan menjelaskan produk dengan baik (X <sub>1.2.1</sub> )	
	Mengatasi Keberatan (X <sub>1.3</sub> )	4. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri selalu menanggapi keluhan nasabah (X <sub>1.3.1</sub> )	
	Menutup Penjualan (X <sub>1.4</sub> )	5. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kemampuan memengaruhi nasabah membeli produk(X <sub>1.4.1</sub> )	
Pemasaran Langsung (X <sub>2</sub> )	Kreatifitas (X <sub>2.1</sub> )	1. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kemampuan	Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2017. <i>Pemasaran Strategik;</i>

		mendesain dan memengaruhi kunjungan ulang (X <sub>2.1.1</sub> )	<i>Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satification, Strategi Kompetitif, Hingga E Marketing. Yogyakarta; Penerbit ANDI</i>
	Akses informasi (X <sub>2.2</sub> )	2. Ketersediaan brosur PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri membantu mengetahui produknya (X <sub>2.2.1</sub> ) 3. Ketersediaan website PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri membantu untuk mengetahui produknya (X <sub>2.2.2</sub> )	
	Target pemasaran (X <sub>2.3</sub> )	4. Adanya Muamalat Din membantu transaksi lebih mudah (X <sub>2.3.1</sub> ) 5. Nasabah merasa nyaman ketika bertransaksi dengan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri Bank Muamalat Indonesia KC Kediri (X <sub>2.3.2</sub> )	
Citra Perusahaan (X <sub>3</sub> )	<i>Personality</i> (X <sub>3.1</sub> )	1. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah perusahaan yang dapat	Shirley Harrison, dalam Imam Mulyana Dwi Suwandi, 2010. <i>Citra Peruahaan:</i>

		dipercaya (X <sub>3.1.1</sub> ).	<i>Seri Manajemen Pemasaran</i> ( <a href="http://oeconomicus.fill.com">http://oeconomicus.fill.com</a> )
	<i>Reputation</i> (X <sub>3.2</sub> )	2. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri mempunyai kinerja yang bagus. (X <sub>3.2.1</sub> )	
	<i>Value</i> (X <sub>3.3</sub> )	3. Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri bersikap sopan dalam berperilaku (X <sub>3.3.1</sub> ) 4. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri mempunyai kepedulian yang tinggi kepada nasabah (X <sub>3.3.2</sub> )	
	<i>Corporate identity</i> (X <sub>3.4</sub> )	5. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri mempunyai logo yang mudah diingat (X <sub>3.4.1</sub> )	
Keputusan Nasabah Menabung (Y)	Media promosi (Y <sub>1.1</sub> )	1. Brosur dan pamflet yang digunakan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri mendorong nasabah untuk menabung (Y <sub>1.1.1</sub> )	Irham Fahmi dalam Hilda, Widya Marsya. 2017. Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Personal

		2. Produk tabungan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri sangat nasabah butuhkan (Y <sub>1.1.2</sub> )	Selling, Direct Marketing, dan Corporate Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Unggaran; Skripsi Tidak Diterbitkan; (e-repository.perp.us.iainsalatiga.ac.id)
	Kinerja personal (Y <sub>1.2</sub> )	3. Kinerja personal PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang baik memengaruhi saya untuk menabung (Y <sub>1.2.1</sub> )	
	Kegiatan promosi (Y <sub>1.3</sub> )	4. Pemberitaan yang baik tentang PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri mendorong nasabah untuk menabung (Y <sub>1.3.1</sub> )	
	Kemampuan komunikasi (Y <sub>1.4</sub> )	5. Kemampuan komunikasi pegawai PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang baik mendorong nasabah untuk menabung (Y <sub>1.4.1</sub> )	

## F. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data yang lain terkumpul. Kegiatan

dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>20</sup> Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Berdasarkan metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kuantitatif. Maka, teknik analisis yang digunakan peneliti, antara lain:

#### 1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Data penelitian yang sudah terkumpul yang berasal dari kuesioner yang telah diisi oleh responden harus dilakukan uji validitas dan reabilitas terlebih dahulu. Alasannya agar data yang diperoleh tersebut benar benar andal, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan.<sup>21</sup>

##### a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*valid measure if it succesfully measure the phenomenon*).<sup>22</sup> Uji validitas adalah langkah untuk mengetahui instrumen yang kita pakai apakah benar benar valid dalam mengukur variabel yang akan kita teliti. Kuantitatif yang

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hal. 147.

<sup>21</sup> V. Wiratman Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,... hal.106.

<sup>22</sup> Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, ... hal. 162.

dimana pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:<sup>23</sup>

- 1) Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pertanyaan didalam kuesioner dinyatakan valid
- 2) Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pertanyaan didalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula.<sup>24</sup> Uji reabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban atas pernyataan tersebut konsisten. Pengukuran reliabel dapat dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*. Nilai konstanta *Cronbach Alpha* adalah 0,60 maka jika instrumen tersebut nilainya  $> 0,60$  dinyatakan reliabel.<sup>25</sup>

## 2. Uji Normalitas

---

<sup>23</sup> Esti Yuandari, R. Topan Aditya Rahman, *Metodologi Penelitian dan Statistika*, (Bogor: IN Media, 2014), hal. 52.

<sup>24</sup> Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif*,... hal. 164.

<sup>25</sup> Esti Yuandari, R. Topan Aditya Rahman, *Metodologi Penelitian*, ... hal. 57.

Uji normalitas data adalah uji statistik yang mengukur apakah data yang kita miliki atau kita dapatkan berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dapat digunakan untuk mengetahui data empiric yang didapatkan dari lapangan sesuai dengan distribusi data teoritik tertentu.<sup>26</sup> Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan uji *kolmogorov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal, dan sebaliknya jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi secara normal.<sup>27</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu berbeda dengan yang lain.

---

<sup>26</sup> Esti Yuandari, R. Topan Aditya Rahman, *Metodologi Penelitian*, ... hal. 29.

<sup>27</sup> V. Wiratman Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,... hal.225.

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Wtson dengan kriteria:<sup>28</sup>

- 1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka D-W diatas -2 dan +2 berarti ada autokorelasi negatif.

b. Uji heterokedasitas

Uji heterokedasitas adalah suatu keadaan di mana varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedasitas. Uji heterokedasitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser, yaitu menguji tingkat signifikasinya. Pengujian ini digunakan untuk merespon variabel x sebagai variabel independen dengan nilai *absolut unstandardized* residual regresi sebagai variabel dependen. Apabila uji di atas level signifikan ( $r > 0,05$ ) berarti tidak terjadi heterokedasitas dan sebaliknya apabila level dibawah signifikan ( $r < 0,05$ ) berarti terjadi heterokedasitas<sup>29</sup>

c. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas berarti ada hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel independen dari model yang ada. Akibat adanya multikolinieritas ini koefisien regresi tidak tertentu

---

<sup>28</sup> V. Wiratman Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,... hal. 226.

<sup>29</sup> *Ibid*, ...hal.226.

dan kesalahan standarnya tidak terhingga. Hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Metode untuk menguji adanya multikolinieritas ini dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau nilai VIF kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>30</sup>

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan perangkat lunak SPSS. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan

Y : Keputusan Nasabah Menabung

X<sub>1</sub> : Pemasaran Pribadi

X<sub>2</sub> : Pemasaran Langsung

X<sub>3</sub> : Citra Perusahaan

---

<sup>30</sup> V. Wiratman Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,... hal. 227.

- $\alpha$  : Konstanta
- $\beta_1 \dots \beta_3$  : Koefisien Regresi
- $e$  : *Error Term* (Variabel Pengganggu)

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan ( $\alpha$ ) < 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan ( $\alpha$ ) > 0,05.

Kriteria:

- 1) Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Atau

- 1) Jika  $p < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $p > 0,005$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>31</sup>

### b. Uji Simultan (Uji F)

---

<sup>31</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, ..., hal. 229.

Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) di mana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F-statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Kriteria:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Atau

- 1) Jika  $p < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $p > 0,005$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>32</sup>

#### 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi (*Goodness of fit*) adalah ukuran terpenting dalam regresi yang menggambarkan kemampuan variabel terikat. Uji koefisien determinasi berfungsi untuk menghitung pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai  $R^2$  menunjukkan besar proporsi dari seluruh variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin besar nilai  $R^2$ , artinya akan semakin besar pula proporsi dari

---

<sup>32</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, ..., hal. 229.

seluruh variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> *Ibid* ..., hal. 228.