

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

##### 1. Pendekatan Penelitian

Dalam skripsi ini penulis menggunakan metode pendekatan Penelitian secara kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan, atau data kualitatif yang di angka. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi, menaksir, dan meramalkan hasilnya.<sup>1</sup>

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian langsung dilakukan dilapangan atau pada responden.<sup>2</sup> Penelitian ini merupakan penelitian ditinjau dari alat analisis yang digunakan dengan menggunakan analisis asosiatif hubungan klausal. Analisis asosiatif sendiri adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel dengan variabel lainnya<sup>3</sup>.

Sedangkan analisis asosiatif hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Disini terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Hal-hal yang akan dianalisis meliputi pelayanan, promosi, persepsi nasabah, dan jumlah minat menabung nasabah.

---

<sup>1</sup> Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung:Alfabeta, 2006), hlm 11.

<sup>2</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta:Bumi Aksara,2004), hlm 5

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian administrasi dilengkapi dengan metode R&D*, (Bandung:Alfabeta,2012),

## B. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Untuk mendapatkan pembahasan yang lebih terfokus pada tujuan penelitian yang telah ditulis sebelumnya, maka diperlukan adanya ruang lingkup dan pembatasan dalam penelitian ini. Adapun penelitian ini melakukan pembahasan mengenai Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Persepsi Nasabah terhadap Minat Nasabah Menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Ruang lingkup penelitian ini membahas 4 variabel, yaitu Pelayanan (X1), Promosi (X2), Persepsi Nasabah (X3), dan Minat Nasabah Menabung (Y). Penelitian ini melakukan fokus pembahasan pada seberapa besar dan sejauh mana Pelayanan, Promosi, dan Persepsi Nasabah dapat mempengaruhi Minat Nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

## C. Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Secara konseptual yaitu penegasan konsep-konsep pokok yang digunakan peneliti yang disesuaikan dengan teori-teori yang sudah ada.<sup>4</sup> Sedangkan secara operasional, yaitu penjelasan konsep-konsep yang sudah ada menjadi sebuah konsep yang bersifat abstrak dengan menggunakan kata-kata deksriptif yang lebih jelas dan menyeluruh.<sup>5</sup> Berikut definisi konsep dan operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel Pelayanan (X1), secara konseptual meliputi: (a) Keandalan (*Reliability*), (b) Daya Tanggap (*Responsiveness*), (c) Jaminan (*Assurance*), (d) Kepedulian (*Emphaty*),

---

<sup>4</sup> Umar Suryadi Bakry, Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm 24

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm 24

dan (e) Bukti fisik (*Tangibles*), dan (f) Kepastian. Sedangkan operasionalnya sebagai berikut:

### **X1.1 Keandalan (*Reabilitas*)**

X1.1.1 Karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Ketika ada kesalahan dan kekeliruan yang terjadi akan menindaklanjuti dengan segera.

### **X1.2 Daya tanggap (*Responsiviness*)**

X1.2.1 Karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri cepat dan tanggap dalam melayani nasabah.

### **X1.3 Jaminan (*Assurance*)**

X1.3.1 Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri dapat dipercaya bahwa mempunyai komitmen dalam bidang keuangan.

### **X1.4 Kepedulian (*Emphaty*)**

X1.4.1 Karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan bank kepada nasabah.

### **X1.5 Bukti Fisik (*Tangibles*)**

X1.5.1 Karyawan Bank selalu berpenampilan rapih dan bersih serta ramah dalam melayani nasabah.

### **X1.6 Kepastian**

X1.6.1 Pegawai Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri mampu menumbuhkan rasa percaya kepada para nasabah.

2. Variabel Promosi (X2), secara konseptual meliputi (a) Periklanan, (b) Promosi Penjualan, (c) Publisitas, (d) Penjualan Pribadi. Sedangkan secara operasional sebagai berikut:

### **X2.1 Periklanan**

X2.1.1 Iklan bagus dan menarik minat nasabah.

### **X2.2 Promosi Penjualan**

X2.2.1 Promosi penjualan akan meningkatkan hasil penjualan.

X2.2.2 Promosi penjualan akan meningkatkan jumlah nasabah

### **X2.3 Publisitas**

X2.3.1 Publisitas yakni produk dengan cerita-cerita menarik yang pantas   diberitakan.

X2.3.2 Publisitas meningkatkan semangat para penyalur berita.

### **X2.4 Penjualan Pribadi**

X2.4.1 Penjualan pribadi ditujukan untuk mempromosikan preferensi merek atau produk tertentu.

3. Variabel Persepsi Nasabah (X3), secara konsep meliputi (a) Persepsi Kognitif, (b) Persepsi Afektif, (c) Persepsi konatif. Sedangkan secara operasional sebagai berikut:

### **X3.1 Persepsi Kognitif**

X3.1.1 Saya mengetahui Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri menggunakan sistem bagi hasil dalam pembagian nisbah

X3.1.2 Saya memahami bahwa sistem operasional di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri tidak sama dengan di bank konvensional.

### **X3.2 Persepsi Afektif**

X3.2.1 Saya menilai bahwa menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri lebih menguntungkan dan sesuai dengan prinsip Islam.

X3.2.2 Saya merasa yakin dengan produk-produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

### **X3.3 Persepsi konatif**

X3.3.1 Saya merasa aman karena terbebas dari unsur riba.

X3.3.2 Karyawan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri menggunakan bahasa yang sopan.

1. Variabel Minat Nasabah Menabung (Y) secara konsep meliputi (a) Kognisi (Gejala Pengenalan) (b) Emosi, (c) Konasi (Kemauan). Sedangkan secara operasional meliputi sebagai berikut:

#### **Y1.1 Kognisi (Gejala Pengenalan)**

Y1.1.1 Saya mengetahui keunggulan produk tabungan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Y1.1.2 Nasabah mengerti tentang perbedaan Bank Muamalat Indonesia dan bank konvensional, secara langsung.

#### **Y1.2 Emosi**

Y1.2.1 Saya senang dengan pelayanan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri sehingga saya minat menabung.

Y1.2.2 Nasabah senang karena Bank Muamalat Indonesia memberikan rasa aman kepada nasabah menabung.

### **Y1.3 Konasi (Kemauan)**

Y1.3.1 Produk Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri menjadi kemauan nasabah.

Y1.3.2 Nasabah percaya bahwa Bank Muamalat Indonesia telah menggunakan sistem sesuai syariat Islam.

## **D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono, dalam buku Kris H. Timotius, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>6</sup> Jika data yang diambil dari populasi maka akan memerlukan dana dan waktu yang cukup banyak sehingga dalam penelitian hal itu terlalu mahal. Alternatif agar data yang diperoleh mampu mewakili data yang ada pada populasi, maka dalam penelitian sering dilakukan pemilihan responden atau sumber data atau

---

<sup>6</sup>Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hlm.16

yang tidak begitu banyak dari populasi, tetapi cukup mewakili.<sup>7</sup> Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang sudah menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri 3.765 nasabah. Alasan peneliti mengambil penelitian ini untuk nasabah yang sudah menabung, karena ingin mengetahui seberapa besar pengaruh PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri memberikan pelayanan, promosi dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung.

## 2. Sampling

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik probability sampling. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama terhadap setiap unsur atau anggota populasi sehingga setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik yang digunakan yaitu teknik *simple random sampling*. Teknik simple random sampling dikatakan simpel atau sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut.<sup>8</sup>

## 3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.<sup>9</sup> Atau sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat

---

<sup>7</sup>Deni Darmawan, Metode Penelitian Kuantitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm 137-138

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif....*, hlm.84

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian administrasi dilengkapi dengan metode R&D*, (Bandung:Alfabeta,2012),

mewakili populasi.<sup>10</sup> Misalnya bila populasi berjumlah besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi dengan segala keterbatasan yang ada, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative atau mewakili populasi yang ada.

Dalam penelitian ini respondenya adalah nasabah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, pemakaian rumus Slovin mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal.<sup>11</sup> Adapun teknik untuk menentukan jumlah sampel, rumus yang digunakan adalah rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan yang diambil sebesar 10%

Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang masih diinginkan Error sampel 1-10% nasabah jumlah populasinya adalah sebanyak 3.765 dan untuk tingkat kesalahan yang diambil sebesar 10% sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara:

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

---

<sup>10</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* Edisi revisi 2, (Jakarta:PR Raja Grafindo Persada,2014), hlm 76

<sup>11</sup> Suharsimi, Arikunto, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*, (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2006), hlm 78

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{3765}{1+3765(10\%^2)} \\
 n &= \frac{3765}{3865} \\
 n &= 97.41 \longrightarrow 97
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dengan jumlah populasi sebanyak 3.765 nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri maka dapat diperoleh sampel sebanyak 97 nasabah. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan cara *stratified random sampling* yaitu teknik penentuan sampel penelitian dengan menetapkan pengelompokan anggota populasi dalam kelompok-kelompok tingkatan.<sup>12</sup>

## E. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukurannya

### 1. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan atau kuesioner secara langsung.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari memberikan daftar pernyataan atau kuesioner nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri sebagai obyek penelitian yang terpilih. Adapun Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui studi pustaka. Studi kepustakaan akan didapat oleh peneliti melalui buku dan jurnal maupun *literature* lain yang mendukung penelitian ini.

### 2. Variabel Penelitian

---

<sup>12</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 153

<sup>13</sup> Husein Umar, *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm 42

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian, jadi variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian akan ditarik kesimpulannya.<sup>14</sup>

- a. Variabel Terikat Y ( variabel dependen) Variabel Terikat Y (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas), variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat nasabah menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
- b. Variabel Bebas X (Variabel Independen) Variabel Bebas X (independen) adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel lain (variabel dependen). Variabel independen dalam penelitian ini adatingga, yaitu pelayanan (X1), promosi (X2), persepsi nasabah (X3).

### 3. Skala Pengukurannya

Dalam skala sikap dibagi menjadi lima yaitu skala likert, skala guttam, skala differensial *simantict*, *rating scale* dan skala *thurstone*. Pada penelitian ini skala pengukurannya menggunakan skala likert. Dalam menggunakan skala pengukuran ini maka nilai variabel yang diperoleh dari jawaban responden terhadap kuesioner dapat diukur dengan instrumen tertentu, dapat dinyatakan dengan angka sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif. Dalam skala likert jawaban tidak hanya sekedar setuju atau tidak setuju saja, tetapi dibuat lebih banyak kemungkinan jawaban yakni dengan adanya lima skala likert, yaitu:

- a) Jawaban SS = sangat setuju diberi skor 5
- b) Jawaban ST = setuju diberi skor 4

---

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitia administrasi . . .* , hlm, 162

- c) Jawaban N = netral diberi skor 3
- d) Jawaban TS = tidak setuju diberi skor 2
- e) Jawaban STS = sangat tidak setuju diberi skor 1

Dengan kategori jawaban tersebut, diharapkan jawaban dari responden diperoleh data yang relevan untuk penelitian tentang pengaruh pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

## **F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Untuk mempermudah pengumpulan data ini, maka peneliti harus menggunakan instrument pengumpulan data, dimana instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Angket

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket untuk mencari data langsung dari masyarakat atau nasabah yang diambil sebagai sampel. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer berupa komponen - komponen faktor -

faktor eksternal dan internal bank yang mempengaruhi risiko pembiayaan bermasalah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

b) Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, dan data yang relevan pada penelitian.<sup>15</sup>

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkandata agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik mudah diolah. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa angket (kuesioner) yakni pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk diisi dan dikembalikan atau dapat dijawab dibawah pengawasan peneliti. Titik tolak dalam penyusunan instrumen penelitian adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dan variabel-variabel tersebut

diberikan definisi operasional dan selanjutnya ditentukan indikator yang diukur.<sup>16</sup>

Variabel	Indikator	Item pernyataan	No item
Pelayanan (X2) <sup>17</sup>	1.Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	1.Karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Ketika ada kesalahan dan kekeliruan yang terjadi akan menindaklanjuti dengan segera.	1

<sup>15</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), hlm. 231.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 172-173

<sup>17</sup>Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Malang:Bantu Media,2015)

	2. Daya Tanggap (Responsiveness)	2. Karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri cepat dan tanggap dalam melayani nasabah.	2
	3. Jaminan (Assurance)	3. Bank Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri dapat dipercaya bahwa mempunyai komitmen dalam bidang keuangan.	3
	4. Kepedulian ( <i>Emphaty</i> )	4. Karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan bank kepada nasabah.	4
	5. Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	5. Karyawan Bank selalu berpenampilan rapih dan bersih serta ramah dalam melayani nasabah.	5
	6. Kepastian	6. Pegawai Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri mampu menumbuhkan rasa percaya kepada para nasabah.	6
Promosi (X2) <sup>18</sup>	1. Periklanan	1. Iklan bagus dan menarik minat nasabah.	7
	2. Promosi Penjualan	2. Promosi penjualan akan meningkatkan hasil penjualan.	8
		3. Promosi penjualan akan meningkatkan jumlah nasabah.	9
	3. Publisitas	4. Publisitas yakni produk dengan cerita menarik yang pantas diberitakan.	10
		5. Publisitas meningkatkan semangat para penyalur berita.	11
	4. Penjualan Pribadi	6. Penjualan pribadi ditujukan untuk mempromosikan preferensi merek atau	12

<sup>18</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005)

		produk tertentu.	
Persepsi Nasabah (X3) <sup>19</sup>	1.Persepsi Kognitif`	1.Saya mengetahui Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri menggunakan sistem bagi hasil dalam pembagian nisbah.	13
		2. Saya memahami bahwa sistem operasional diBank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri tidak sama dengan di bank konvensional.	14
	2.Persepsi Afektif	3. Saya menilai bahwa menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri lebih menguntungkan dan sesuai dengan prinsip Islam.	15
		1. Saya merasa yakin dengan produk-produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.	16
	3.Persepsi konatif	5. Saya merasa aman karena terbebas dari unsur riba.	17
		6.Karyawan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri menggunakan bahasa yang sopan.	18
Minat nasabah menabung (Y) <sup>20</sup>	1.Kognisi(Gejala Pengenalan)	1.Saya mengetahui keunggulan produk tabungan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.	19
		2.Nasabah mengerti tentang perbedaan Bank MuamalatIndonesia dan bank konvensional, secara langsung.	20
	2. Emosi	3.Saya senang dengan pelayanan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri sehingga saya minat menabung.	21
		4.Nasabah senang karena Bank Muamalat Indonesia memberikan rasa	22

<sup>19</sup>Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi umum*, (Andi Wayan: Yogyakarta, 2004)

<sup>20</sup>Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998)

		aman kepada nasabah menabung.	
	3.Konasi (Kemauan)	5.Produk Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri menjadi kemauan nasabah.	23
		6.Nasabah percaya bahwa Bank Muamalat Indonesia telah menggunakan sistem sesuai syariat Islam.	24

## G. Analisis Data

Analisis data adalah suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Tujuan analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah mencari makna dibalik data melalui pengakuan subyek pelakunya. Beberapa metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi:

### 1) Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Selanjutnya disebutkan bahwa validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrumen (bisa pertanyaan maupun pernyataan) benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor.

Untuk menentukan instrumen valid atau tidak adalah dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$  dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan valid.
- 2) Jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal.

Kemudian untuk menguji apakah instrument yang digunakan cukup handal atau tidak, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 – 0,20 = kurang reliabel
2. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 – 0,40 = agak reliabel
3. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 – 0,60 = cukup reliabel
4. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 – 0,80 = reliabel
5. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 – 1,0 = sangat reliabel.

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,60. Kuesionar dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,60. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen yang berkaitan dengan keabsahan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.<sup>21</sup>

## 2) Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas Residual

Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Dalam pengujian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Hipotesis yang dapat dibuat sebagai berikut:

$H_0$  : residual berdistribusi normal

$H_a$  : residual tidak berdistribusi normal

Pengambilan keputusan :

- a. Jika probabilitas > 0,05 maka  $H_0$  diterima
- b. Jika probabilitas < 0,05 maka  $H_0$  ditolak.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji yang digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebasnya. Untuk

---

<sup>21</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hlm.96

mengetahui ada tidaknya multikolinearitas menggunakan bantuan program SPSS dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan VIF  $>10$ . Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residul yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan. Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar skatteplot. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :<sup>22</sup>

1. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola yang jelas.
2. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas maupun di bawah saja.

Menggunakan Uji Glejser dengan dasar keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai statistik t hitung lebih kecil dari t tabel maka data penelitian tidak mengandung masalah heteroskedastisits.

---

<sup>22</sup>Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0* (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009 ), hlm 79

- b. Jika nilai statistik t hitung lebih besar dari t tabel maka data penelitian mengandung masalah heteroskedastisits.<sup>23</sup>

#### d. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu (et) pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya (et-1). Cara mudah mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson. Model regresi linier berganda terbebas dari autokorelasi jika nilai Durbin Watson hitung terletak di daerah No Autokorelasi. Penentuan letak tersebut dibantu dengan tabel dl dan du, dibantu dengan nilai k (jumlah variabel independen). Untuk mempercepat proses ada tidaknya autokorelasi dalam suatu model dapat digunakan patokan nilai Durbin Watson hitung mendekati angka 2 maka model tersebut terbebas dari asumsi klasik autokorelasi.<sup>24</sup>

### 3) Uji Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel Pelayanan(X1), Promosi(X2), Persepsi Nasabah (X3), dan MinatNasabah Menabung (Y) digunakan alat regresi Linear Berganda. Penggunaan analisis regresi Linear berganda dikarenakan variabel bebas yang diteliti lebih dari satu variabel, adapun persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Dengan rumus sebagai berikut:

$$y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots + \beta_nX_n + e$$

---

<sup>23</sup> Ansofino, *Buku Ajar Ekonometrika*, (Yogyakarta: Deepblish, 2016), hlm 44

<sup>24</sup>Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), hlm 60-61

Keterangan:

Y = Variabel dependent ( Minat Nasabah Menabung)

a = Bilangan Konstanta

b1, b2, b3 = Koefisien regresi linier berganda.

X1 = Variabel independent 1 (Pelayanan)

X2 = Variabel independent 2 (Promosi)

X3 = Variabel independent 3 (Persepsi Nasabah )

e = Nilai eror

#### 4) Uji Hipotesis

##### 1. Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan rata - rata atau nilai tengah diantara dua kelompok data. Namun uji t juga dapat digunakan untuk menganalisis apakah suatu data menyimpang dari standar yang telah ditentukan. T-test digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial. Pengujian keberartian koefisien regresi secara menyeluruh menggunakan Uji t dengan menggunakan derajat kebebasan  $(df) = n - k$ , pada tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha = 0,05$ . Rumus hipotesisnya:

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

H0 ditolak dan Ha diterima, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

H0 diterima dan Ha ditolak, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$

Pengambilan keputusannya:

Jika nilai Sig.  $> 0,05$  maka H0 diterima Ha ditolak

Jika nilai Sig. < 0,05, maka H0 ditolak H1 diterima.

## 2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (analysis of variance = ANOVA). Apabila nilai F statistik tinggi maka akan menolak hipotesis nol. Sedangkan rendahnya nilai F statistik akan menerima hipotesis nol karena variabel independen hanya sedikit menjelaskan variasi variabel dependen disekitar rata-ratanya. F-test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan. Rumus hipotesisnya:

H0 : tidak ada pengaruh antara variabel pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung.

Ha : ada pengaruh antara variabel pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung.

Pengambilan keputusannya:

Jika nilai Sig. > 0,05 maka H0 diterima, Ha ditolak

Jika nilai Sig. < 0,05 maka H0 ditolak Ha diterima.

## 5) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian Koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini uji koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah) terhadap variabel dependen

---

<sup>25</sup>V. Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2018),hlm 141

(minat nasabah menabung). Jika koefisien determinasi  $R^2$  sama dengan nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi  $R^2$  mendekati angka 0 sampai dengan 1, maka variabel dependen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana, maka yang digunakan adalah R Square. Namun apabila analisis yang digunakan adalah regresi analisis linear berganda, maka yang digunakan adalah Adjusted R Square. Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi  $R^2$ . Koefisien ini disebut dengan koefisien penentu, karena varian yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variabel independen.