

## **BAB III**

### **Metode Penelitian**

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

##### **1. Jenis Pendekatan**

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan riset yang mendasarkan diri pada paradigma postpositivist dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Beberapa ciri khas pendekatan kuantitatif adalah, bersandar pada pengumpulan dan analisis data kuantitatif (mumeric), menggunakan strategi survey dan eksperimen, mengadakan pengukuran dan observasi, melaksanakan pengujian teori dengan uji statistik.<sup>1</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti mengarahkan pada kenyataan-kenyataan yang berhubungan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul U'lum Rejotangan.

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel.<sup>2</sup> Penelitian ini menganalisis pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap suatu variabel dependen yaitu antara Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasara, Kualitas Produk yang keberadaannya berpengaruh terhadap minat menabung nasabah penabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul U'lum Rejotangan.

#### **B. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Agar pembahasan tidak semakin melebar dan tetap fokus pada rumusan masalah diperlakukan ruang lingkup penelitian. Adapun penelitian ini membahas mengenai

---

<sup>1</sup> Zulfikar Budiman dan Nyoman Budiman, *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi dan Statistika*, (Yogyakarta:Deepublish,2014), hal 40

<sup>2</sup> Kris H. Timotius, *Pengaturan Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan*, (Yogyakarta:Andi,2017), hal16

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung Nabash di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa

Manba'ul U'lum Rejotangan. Ruang lingkup dalam penelitian ini membahas mengenai 4 variabel, dimana 3 variabel independen/bebas (X) yaitu Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota pemakai produk simpanan di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa

Manba'ul U'lum Rejotangan. Jenis masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Kualita Pelyanan, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Produk dapat mempengaruhi minat nasabah khususnya penggunaan produk tabungan/simpanan di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotanga Dan Rizwa Manba'ul U'lum Rejotangan.

### **C. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.**

Secara konseptual yaitu penegasan konseo-konsep pokok yang digunakan peneliti yang di sesuaikan dengan teoritis yang sudah ada. Sedangkan secara operasional, yaitu penjelasan konsep-konsep yang bsudah ada menjadi sebuah konsep yang berdifat abstrak dengan menggunakan kata-kata deksriptif yang lebih jelas dan menyeluruh. Berikut :

1. Variabel Kualitas Pelyanan (X1), secara konseptual meliputi (a) *bukti fisik*, (b) *kehandalan*, (c) *ketanggapan*, (d) *jaminan dan kepastian*, dan (e) *kepedulin*.

Sedangkan operasionalnya sebagai berikut:

#### **X.1.1 Tangible (Bukti Fisik)**

X.1.1.1 Lembaga memiliki gedung yang megah

X.1.1.2 Karyawan lembaga yang berpenampilan rapi dan sopan

X.1.1.3 Lembaga memiliki ruang tunggu yang memadai

## **X1.2. Reability (Kehandalan)**

X.1.2.1 Karyawan lembaga yang handal dalam menangani persoalan kebutuhan anggota

X.1.2.2 Karyawan lembaga yang selalu memberi informasi yang akurat dan tepat

X.1.2.3 Lembaga memiliki sarana teknologi yang canggih dan dapat bersaing

## **X.1.3 Responsiveness (Ketanggapan)**

X.1.3.1 Karyawan lembaga yang dapat memberikan perhatian secara optimal

X.1.3.2 Karyawan yang cepat tanggap dalam mengatasi masalah sekaligus memberikan solusi kepada nasabah pada saat transaksi

X.1.3.3 Karyawan yang cepat tanggap sangat membantu dalam transaksi

## **X.1.4 Asuransi (Jaminan dan Kesepastian)**

X.1.4.1 Lembaga dapat memberikan kepastian dalam bertransaksi

X.1.4.2 Lembaga memberikan jaminan keamanan pada uang simpanan

X.1.4.3 Lembaga memberikan jaminan kepastian kehalalan yang akurat dalam bertransaksi

## **X.1.5. Empati (Kepedulian)**

X.1.5.1 Karyawan lembaga yang peduli terhadap nasabah

X.1.5.2 Karyawan lembaga yang mudah memahami kebutuhan nasabah

X.1.5.3 Karyawan lembaga yang tidak membedakan dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah

2. Variabel Strategi Pemasaran (X2), secara konseptual meliputi (a) *Produk*, (b) *Price*, (c) *Promotion*, (d) *Place*. Sedangkan operasionalnya sebagai berikut:

### **X.2.1 Produk**

- X.2.1.1 Produk tabungan yang menarik
- X.2.1.2 Produk tabungan yang bervariasi
- X.2.1.3 Produk yang dapat diandalkan

### **X.2.2 Price**

- X.2.2.1 Biaya administrasi yang murah
- X.2.2.2 Pemasaran yang tepat
- X.2.2.3 Bagi hasil yang kompetitif

### **X.2.3 Promotion**

- X.2.3.1 Brosur menarik
- X.2.3.2 Logo lembaga mudah dilihat/dihafalkan
- X.2.3.1 Berperan dalam setiap even

### **X.2.4 Place**

- X.2.4.1 Tempat kantor di jalan utama
- X.2.4.2 Tempat kantor mudah di jangkau
- X.2.4.3 Tempat kantor dekat area bisnis

3. Kualitas Produk (X3), secara konseptual meliputi (a.) *Kinerja*, (b.) *Reliabilitas*, (c.) *Fitur*, dan (d) *Kesesuaian dengan Spesifikasi*. Sedangkan operasionalnya sebagai berikut:

### **X.3.1 Kinerja (Performance)**

- X.3.1.1 Produk Yang di berikan lembaga sudah terpercaya di kalangan masyarakat
- X.3.1.2 Produk dengan sarat yang mudah untuk bertransaksi

X.3.1.3 Produk yang dimiliki lembaga sesuai dengan teori yang ada dan di praktikkan di lapangan karena prinsip kejujuran yang ditanamkan

### **X.3.2 Reabilitas (Reliability)**

X.3.2.1 Produk simpanan dapat digunakan untuk jangka waktu panjang

X.3.2.2 Lembaga menjamin keamanan produk simpanan

X.3.2.3 Saya merasa kualitas produk yang diberikan lembaga sudah baik

### **X.3.3. Fitur (Features)**

X.3.3.1 Lembaga memiliki produk yang menarik dan beragam

X.3.3.2 Produk yang memiliki berbagai perbedaan yang menarik

X.3.3.3 Bagi hasil yang di berikan lembaga tinggi

### **X.3.4. Kesesuaian dengan Spesifikasi (Confermence to Specifications)**

X.3.4.1 Saya merasa puas dengan produk yang di berikan oleh lembaga

X.3.4.2 Produk lembaga sesuai dengan prinsip syariah

X.3.4.3 Saya merasa produk yang di berikan lembaga sesuai dengan kebutuhan nasabah

4. Variabel Minat Menabung (Y) secara konseptual meliputi (a) *Transaksional* (b) *Eksploratif* (c) *Refrensial* (d) *Prefensial*. Sedangkan operasionalnya sebagai berikut:

#### **Y.1.1 Minat Nasabah Menabung**

Y.1.1.1 Saya berencana ingin menabung di lembaga

Y.1.1.2 Saya yakin bahwa lembaga melakukan operasional sesuai prinsip syariah

Y.1.1.3 Saya akan konsisten menabung di lembaga

#### **Y.1.2. Eksploratif**

Y.1.2.1 Saya mencari informasi sendiri tentang lembaga

Y.1.2.2 Saya mencari informasi melalui media

Y.1.2.3 Saya selalu mengikuti perkembangan lembaga

### **Y.1.3 Refrensial**

Y.1.3.1 Saya akan merekomendasikan teman dan saudara untuk menabung di lembaga

Y.1.3.2 Saya percaya menabung di lembaga sangat aman

Y.1.3.3 Saya senang dalam berkomunikasi sangat mudah

### **Y.1.4 Prefensial**

Y.1.4.1 Saya merasa puas menabung di lembaga

Y.1.4.2 Saya nyaman menabung di lembaga

Y.1.4.3 Saya mempunyai empati terhadap lembaga

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

### **1. Populasi**

Menurut Muhamad, populasi merujuk pada sekumpul orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.<sup>3</sup> Adapun populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh anggota pemilik rekening tabungan di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan sebanyak 817 anggota dan BMT Rizwa Manba'ul U'lum Rejotangan Dsebanyak 482 anggota.

#### **a. Teknik Sampling**

Teknik sampling merupakan cara-cara yang ditempuh dalam pengambilan sampel, agar memperoleh sampel yang benar-benar sesuai dengan keseluruhan seubjek penelitian.<sup>4</sup> Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non probability sampling*. *Non Probability Sampling* dalah teknik pengambilan sampel

---

<sup>3</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif edisi 1*, (Depok:PT RajaGrafindo Persada,2017), hal 161

<sup>4</sup> Nursalam, *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu keperawatan Pedoman Skripsi, Tesis, dan Intrumen Penelitian Keperawatan Edisi 2*, (Jakarta:Salemba Nedika,2008), hal 08

yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>5</sup> Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Sampling Insidental*. *Sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa pun yang kebetulan bertemu peneliti dan dianggap sesuai sebagai sumber data.<sup>6</sup>

## b. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian atau jumlah cuplikan tertentu yang diambil dari satu populasi dan diteliti secara rinci.<sup>7</sup> Pada penelitian ini rumus yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan besar jumlahnya sampel adalah rumus Slovin dengan tingkat signifikansi kesalahan 10%.<sup>8</sup>

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

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (signifikan eror)

Sehingga perhitungannya dapat diketahui hasilnya sebagai berikut.

$$n = \frac{817}{1+817.10\%^2}$$
$$n = \frac{817}{1817.02}$$

---

<sup>5</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D, (Bandung:Alfabeta, 2015), hal 84

<sup>6</sup> *Ibid.*, hal 85

<sup>7</sup> *Ibid.*, hal 162

<sup>8</sup> Ali Maulidi, Teknik Belajar Statistik 2 (Jakarta : CV Ali's Publishing), hal 5

$$n = \frac{8,17}{9,17}$$

$$= 89,09 \text{ dibulatkan sehingga } n = 90$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 817 anggota penabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan yang dapat digunakan sampel dengan taraf signifikan kesalahan 10% adalah 90 anggota.

$$\frac{482}{1+482 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{482}{1482,02}$$

$$n = \frac{482}{5,82}$$

$$= 82,81 \text{ dibulatkan sehingga } n = 83$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 482 anggota penabung dari MBT Rizwa Manba'ul U'lum Rejotangan yang dapat digunakan sebagai sampel adalah 83 anggota.

## **E. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran**

### **1. Sumber Data**

Sumber data adalah obyek dari mana data diperoleh. Sumber data diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian dan sekaligus untuk menjamin keberhasilan. Bungin mendefinisikan sumber data sebagai bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Sumber data merupakan subyek dari mana data diperoleh.<sup>9</sup> Adapun sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Data Primer**

---

<sup>9</sup> Nufian S. Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori dan Praktis Riset Pemasaran Terpadu*, (Malang:UB Press,2018), hal 49



Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama.<sup>10</sup> Data primer peneliti dalam penelitian adalah data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner oleh peneliti kepada anggota pemilik rekening produk tabungan di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul U'lum Rejotangan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, mulai media perantara.<sup>11</sup> Data sekunder yang digunakan peneliti adalah data yang berasal dari buku-buku ataupun jurnal yang mendukung teori dalam penelitian yang diangkat oleh peneliti.

## 2. Variabel

Variabel penelitian adalah segala hal berbentuk apa saja yang sudah ditentukan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik keimpulannya.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, adapun variabel-variabel tersebut adalah:

- a. Variabel Independen, dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya/terpengaruhnya variabel dependen.<sup>13</sup> Adapun Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Brand Image*, *Marketing Mix* dan *Relationship Marketing*.

---

<sup>10</sup> R.A. Supriyono, *Akuntansi Keperilakuan*, (Yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 2018), hal 48

<sup>11</sup> *Ibid.*, hal 48

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung:Alfabeta,2015), hal 38

<sup>13</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Depok:PT RajaGrafindo,2014),hal48

b. Variabel dependen, dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat, yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen (bebas).<sup>12</sup> Adapun variabel terkait dalam penelitian ini adalah minat menabung nasabah.

### 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 diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif.<sup>13</sup> Adapun skala pengukuran yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.<sup>14</sup>

Untuk pemberian skor skala likert ini sebagai berikut:

- |  |     |
|--|-----|
| a. Jawaban SS (sangat setuju) diberi skor        | = 5 |
| b. Jawaban S (setuju) diberi skor                | = 4 |
| c. Jawaban N (netral) diberi skor                | = 3 |
| d. Jawaban TS (tidak setuju) diberi skor         | = 2 |
| e. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi skor | = 1 |

## F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, 49

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal 38

<sup>14</sup> Syafizal Helmi Situmorang et, all, *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, (Medan: USU Press, 2010), hal 05

## 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan.<sup>15</sup> Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

### a. Observasi

Nurkencana, menyatakan bahwa observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu objek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati.<sup>16</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, maka peneliti melakukan observasi langsung ke tempat penelitian yakni di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul U'lum Rejotangan.

### b. Angket (Kuesioner)

Teknik angket (kuesioner) merupakan suara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/ pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan/ pernyataan dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup jika alternatif jawaban-jawaban telah disediakan.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Yogyakarta:Teras, 2011), hal 83

<sup>16</sup> Susilo Rahardjo dan Gudnanto, *Pemahaman Individu Teknik Nontes*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013) hal 43

<sup>17</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta:Rajawali Pers,2014), hal.22.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan memberi tanda *check* (✓) pada kolom jawaban yang telah disediakan. Kuesioner ini bisa disebut dengan kuesioner bentuk *check list*. Jadi kuesioner ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

## **G. Analisis Data**

### **1. Teknik Analisis Data**

Penelitian kuantitatif, untuk menganalisis data dari banyak responden yang terkumpul ialah dengan cara mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden dan juga mentabulasi variabel seluruh responden.<sup>18</sup> Menyiapkan data variabel yang akan diteliti kemudian membuat perhitungan untuk menguji hipotesis. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka teknik analisis data sebagai berikut :

#### **a. Uji Validitas dan Reabilitas**

Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.<sup>19</sup>

#### **1. Uji Validitas**

Analisis Validitas yaitu analisis untuk menguku valid atau tidaknya suatu data. Suatu pengukuran dikatakan valid, jika alat itu mengukur apa yang harus diukur alat itu. Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Tinggi

---

<sup>18</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 83

<sup>19</sup> Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hal. 128

rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Person's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pernyataan dengan skor total.<sup>20</sup>

Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis menggunakan komputer program SPSS 21.0 Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value* nilai r dengan taraf signifikan 5% atau (0,05) dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk moment lebih besar dari *critical value*, maka instrumen ini dinyatakan valid. Sebaliknya apabila skor item kurang dari *critical value*, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.<sup>21</sup>

Rumus Uji Validitas

$$r = \frac{t_{tabel}}{\sqrt{df + t_{tabel}^2}}$$

keterangan :

df = Degree of freedom ( $v = n-2$ )

n = Banyaknya sampel

t<sub>tabel</sub> = Nilai quartil

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

1. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pernyataan di dalam kuesioner dinyatakan valid.
2. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pernyataan di dalam kuesioner dinyatakan tidak valid. Langkah yang dilakukanya adalah:

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...* hal. 149

<sup>21</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006),hal 144-145

- a. Mengganti pernyataan tersebut dengan pernyataan baru, lalu sebarkan kepada responden kembali, kemudian uji validitas ulang.<sup>22</sup>
- b. Membuang item pernyataan yang tidak valid.<sup>23</sup>

## 2. Uji realibilitas

Reabilitas ialah mengukur instrumen terhadap ketepatan (konsisten). Uji realibilitas adalah suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang beralainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Realibilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha cronbach's 0 sampai dengan 1. Pengukuran reliabel dapat dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha dengan rumus.<sup>24</sup>

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \frac{S^2_x - \sum_j^k \frac{S_j^2}{k}}{S_x^2}$$

Keterangan:

K = Banyaknya butir soal

$s_j^2$  = Varians skor soal

$s_x^2$  = Varians skor total

Skala dikelompokkan ke dalam lima kelas rang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>25</sup>

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel

---

<sup>22</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hal.221

<sup>23</sup> Ibid., Hal. 222-223

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian pendidikan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta), 2016, hal.208.

<sup>25</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian....*, hal.100

- c. Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
- e. nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

Realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0.60. Menurut Sayuthi kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,60. Jadi pengujian realibilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.<sup>26</sup>

## 2. Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.<sup>27</sup> Uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (bell shaped). Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak moncong ke kiri atau moncong ke kanan.<sup>28</sup> Model regresi yang baik adalah normal yang mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data distribusi tersebut dinyatakan normal.

## 3. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen bersifat linier (garis lurus).<sup>29</sup> Pengujian ini biasanya

---

<sup>26</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hal. 97

<sup>27</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal. 97

<sup>28</sup> Singgih Santoso, *Statistik Multivariat; Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2010), hal. 43

<sup>29</sup> *Ibid.*, hal. 92

digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Untuk mengetahui linier tidaknya data penelitian dapat dengan menggunakan program komputer SPSS 21.0 for windows dengan dasar pengambilan keputusan yakni: jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hubungan antara dua variabel tidak linier. Sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hubungan tersebut linier.

#### 4. Uji Asumsi klasik,

##### a. Uji Autokorelasi

Autokorelasi berarti terdapat korelasi antara anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum pada regresi yang menggunakan data berkala. Cara mengetahui adanya autokorelasi atau tidak dapat dilihat dalam output SPSS Model Summary pada nilai DURBIN watson. Asumsi jika ada autokorelasi nilai DW berada diantara  $-2$  dan  $+2$ .<sup>30</sup> Autokorelasi hanya digunakan untuk data time series runtut waktu, tidak untuk data cross selectional seperti data dari angket).<sup>31</sup>

##### b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada di luar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, jika nilai variace Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas. VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit

---

<sup>30</sup> Ibid., hal 92

<sup>31</sup> Azuar Juliandi, Irfan, *Saprinan Manurung, Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, (Medan: UMSU PRESS, 2014), hal. 157



varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t. beberapa alternatif perbaikan karena adanya multikolinearitas yaitu: (1) membiarkan saja; (2) menghapus variabel yang berlebihan; (3) transformasi variabel multikolinearitas dan (4) menambah ukuran sampel.<sup>32</sup>

#### c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.<sup>33</sup>

Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan Uji Glesjer. Uji Glesjer mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikasinya diatas tingkat kepercayaan 5%.<sup>34</sup>

### 5. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Pengujian secara parsial atau individu, tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dari masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  , maka  $H_0$  diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

---

<sup>32</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal. 79

<sup>33</sup> Imam ghozali, *Aplikasi Multivariat dengan progam IBM SPSS Edisi 7*, (Semarang :Universitas Diponegoro, 2013), hal. 139

<sup>34</sup> Ibid.,hal. 142

2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , maka  $H_0$  ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Analisis berdasarkan pada perbandingan antara nilai signifikan t dengan nilai signifikansi 0,05, dimana dengan syarat sebagai berikut Jika nilai Sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak, dan Jika nilai Sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima

b. Uji F

Pengujian secara bersama-sama atau silmutan. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara silmutan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji F yaitu membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Uji ini dilakukan dengan syarat:

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima yaitu variabel-variabel independen secara silmutan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak yaitu variabel-variabel independen secara silmutan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>35</sup> Pengujian ini juga dapat menggunakan pengamatan nilai signifikan F pada tingkat  $\alpha$  yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat  $\alpha$  sebesar 5%). Analisis ini didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0,05 dengan syarat- syarat sebagai berikut:
  - a. Jika signifikansi F  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti variabel-variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent.

---

<sup>35</sup> Duwi Prayitno, *Cara Kilat Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta : CV Andi Offset), 2012, hal. 144-158.

- b. Jika signifikansi  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang berarti variabel independent secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

## 6. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode sederhana untuk melakukan investigasi tentang hubungan fungsional di antara beberapa variabel. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Dalam menjawab analisisnya akan dipecahkan dengan bantuan software SPSS.

Bentuk umum analisis regresi berganda :

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

Dimana :

$Y$  = minat menabung = Konstanta

$X_1$  = Kualitas pelayanan

$X_2$  = Strategi pemasaran

$E$  = residual

$b_{1-3}$  = koefisien regresi

Uji regresi linier berganda pada penelitian ini selanjutnya akan dihitung menggunakan rumus regresi pada program aplikasi SPSS 21.0.

## 7. Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah

regresi sederhana, maka yang digunakan adalah R square. Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah Adjusted R Square.<sup>36</sup>

$$\mathbf{R^2 = r^2 \times 100 \%}$$

Keterangan :

$R^2$  = koefisien determinasi

$r$  = koefisien korelasi

---

<sup>36</sup> Syofian Siregas, *Statistik parametik....*, hal 338