

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode ini digunakan karena obyek yang diteliti terukur dan rasional. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Jenis penelitian ini menggunakan rumusan masalah asosiatif yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.² Variabel yang diangkat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (X_1, X_2) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah CRM dan testimoni periklanan, sedangkan variabel terikat (Y) adalah kepercayaan nasabah.

B. Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian seorang peneliti harus menitik beratkan perhatiannya terhadap sesuatu yang akan diteliti, yakni obyek penelitian.

Adapun variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel X merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 10 - 11

² *Ibid.*, Hal. 61

variabel terikat dan mempunyai hubungan positif dan negatif, dalam penelitian ini sumber X nya adalah sebagai berikut:

- Customer Relationship Marketing (X1)
- Testimoni Periklanan (X2)

b. Variabel Y variabel terikat dalam penelitian ini, yaitu Kepercayaan Nasabah BTM Mentari Ngunut.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Obyek penelitian yaitu semua nasabah yang ada di BTM Mentari Ngunut Tulungagung (mengambil 35 nasabah pembiayaan untuk dijadikan obyek penelitian).

Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dimana teknik ini mengambil sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan teknik yang dipakai adalah teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁴

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*Hal. 297

⁴ *Ibid.*, Hal, 122.

pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁵

Menggunakan rumus pada penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan pendapat gay, gay menyatakan bahwa ukuran minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan desain penelitian yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Metode deskriptif, minimal 10% populasi. Untuk populasi relatif kecil minimal 20%.
2. Metode deskriptif-korelatif, minimal 30 subjek.
3. Metode *ex post factor*, minimal 15 subjek perkelompok.
4. Metode eksperimental, minimal 15 subjek perkelompok.⁶

Dan penelitian ini menggunakan teori gay dengan metode deskriptif-korelatif yang minimal 30 subjek yang di gunakan peneliti.

D. Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.1

NO	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM PERNYATAAN	NO. ITEM
1		Continuity marketing	BTM Mentari Ngunut memberikan pelayanan	1

⁵*Ibid.*, Hal. 120

⁶ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2013) Hal 181

	CRM (X1)		terhadap nasabah, berupa keringanan bunga dan hadiah.	
		One to one marketing	BTM Mentari Ngunut memberikan perhatian khusus terhadap nasabah yang berulang tahun dan pada hari besar	2
		Patnering	BTM Mentari memberikan penawaran peluang kerja untuk nasabah yang berwira usaha.	3
2	TESTIMONI PERIKLANAN (X2)	Persepsi	Strategi yang dilakukan BTM Mentari cukup lengkap dan bisa di pahami.	4
		Keyakinan	Strategi periklanan yang dilakukan BTM Mentari Ngunut membuat saya yakin bahwa bergabung di BTN Mentari Ngunut tidak salah	5
		Sikap	Strategi periklanan BTM Mentari sangat meyakinkan sehingga saya harus mengajak orang lain bergabung di BTM Mentari	6

3	KEPERCAYAAN (Y)	Kehandalan	BTM Mentari Ngunut mampu menyelesaikan setiap transaksi nasabah dengan cepat dengan on time.	7
		Kejujuran	BTM Mentari Ngunut memberikan pelayanan sesuai dengan yang di janjikan.	8
		kepedulian	BTM Mentari Ngunut memberi perhatian khusus kepada setiap nasabah.	9
		kredibilitas	BTM Mentari Ngunut memberikan pelayanan yang baik untuk mendapatkan kepercayaan nasabah.	10

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Bila variabel penelitiannya lima, maka jumlah instrument yang digunakan untuk penelitian juga lima.⁷

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung:Alfabeta, 2013), Hal. 135

F. Data dan Sumber Data

1. Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan sebagian besar berasal dari data primer. Data primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan terstruktur).⁸

2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber primernya diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan kepada para nasabah BTM Mentari Ngunut sebagai objek yang diteliti. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁹

G. Teknik Pengumpulan Data

Sedangkan teknik pengumpulan datanya yaitu dengan cara kuesioner (angket) yaitu, teknik pengumpulan data dimana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti.¹⁰ Sementara wawancara sebagai data pelengkap.

H. Analisis Data

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

⁸Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian Dan Metode Penelitian Sosial*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), Hal. 130

⁹*Ibid.*, Hal. 187

¹⁰*Ibid.*, Hal. 192

mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mengkalkulasi 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.¹¹

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti mempunyai validitas tinggi. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud nilai dikatakan valid jika nilainya lebih besar dari 0,3 .¹²

2. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah suatu instrument yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Reabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya).¹³

Reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur

¹¹*Ibid.*, Hal. 204

¹²Arikuntoro, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Kedua (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2006), Hal. 168

¹³*Ibid.*, Hal. 178

suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam pengukuran perhitungan *alpha*, dibantu alat ukur program komputer *spss* 19 dengan menggunakan model *alpha*. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabilitas jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data kontinu berdistribusi normal sehingga analisis validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, dan regresi dapat dilaksanakan.¹⁴ Menggunakan uji standardized residual adalah residu yang distandarkan. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya dan dikombinasi dengan P-Plot dalam pengujian ini menggunakan aplikasi *spss* 19, dengan hipotesis sebagai berikut:¹⁵

H0: data berdistribusi normal

H1: data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan adalah:

Jika probabilitas (nilai sig) > 0,05 maka diterima.

Jika probabilitas (nilai sig) < 0,05 maka ditolak

b. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi

¹⁴Husaini Usman, *Pengantar Statistika*. (Jakarta:Pt Bumi Aksara. 2012), Hal.109

¹⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Spss*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), Hal. 91

antar variabel bebas (independen).¹⁶ Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIP yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.¹⁷

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.¹⁸

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (dl dan du). Kriteria jika $du < d \text{ hitung} < 4-du$ maka

¹⁶Ibid, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), Hal. 91

¹⁷V.Wiratna Sujarweni, *Spss Untuk Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), Hal. 185

¹⁸*Ibid*, Hal.186-187

tidak terjadi autokorelasi.¹⁹

Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak baik di pakai prediksi. Masalah autokorelasi timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji durbin-watson dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW di bawah -2 ($DW < -2$)
- 2) Terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 \leq DW \leq +2$
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas +2 atau $DW > +2$ ²⁰

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel tak bebas (dependen). Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan lebih dari satu yang dipengaruhi satu variabel tak bebas (dependen).²¹

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 \dots + b_n x_n$$

Dimana:

¹⁹*Ibid*, Hal.186

²⁰Danang Susanto Dan Ari Setiawan, *Buku Ajaran Statistik (Yogyakarta: Nuha Medika, 2013)* Hal 153

²¹ Shofyan Sireger, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, Hal. 301

Y = Variabel terikat (kepercayaan nasabah)

X1, X2 = Variabel bebas (*Customer Relationship Marketing*, Testimoni Periklanan).

A dan b1, b2, = konstanta.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji secara parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dapat digunakan tingkat signifikansi = 5% = 0.05. Asumsinya jika probabilitas t lebih besar dari 5% maka tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Begitu juga sebaliknya.²²

b. Uji secara bersama-sama (Uji F)

Uji F dilakukan untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai α yang digunakan lebih kecil 5% = 0,05 maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama). Begitu juga sebaliknya.

²²Singgih Santoso, *Latihan Spss Statistik Parametrik*. (Jakarta: Elekmedia Komputindo, 2002), Hal. 168

6. Koefisien Determinasi.

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.²³ Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0, maka dapat dikatakan semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1, maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi independen terhadap variabel terikat.

²³ Duwi Priyanto, *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan Spss*. (Yogyakarta: Gava Media, 2013), Hal. 56