BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena menggunakan data numerik atau data non numerik yang dinumerikkan dan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.[166] Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya.[167]

Pendekatan ini lebih berdasarkan apa data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh. Dengan demikian, analisis kuantitatif yang dikerjakan dengan menggunakan metode kuantitatif akan selalu dimulai dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sesuai dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai.[168]

---

[166] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 13

[167] Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), Cet. 1, hal. 3

[168] Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif untuk Analisis Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Ed. 1, Cet. 1, hal. 3

2. Jenis Penelitian

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah suatu pernyataan penelitian yang bersifat hubungan antara dua variabel atau lebih.[169] Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.[170] Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah hubungan kausalitas, yaitu hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dari variabel bebas orientasi pasar (X_1), inovasi produk (X_2), bauran promosi (X_3), dan pengetahuan konsumen (X_4) terhadap variabel terikat kinerja pemasaran (Y).

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati/diteliti.[171] Dilihat dari penentuan sumber data maka populasi dapat dibedakan menjadi populasi terbatas dan populasi tak terhingga.[172] Populasi terbatas adalah populasi dengan jumlah yang

---

[169] Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), Cet. 2, hal. 106

[170] Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2006), Cet. 14, hal. 11

[171] Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hal. 101

[172] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2008), Ed. 1, Cet. 3, hal. 99

terbatas atau dapat dihitung pada suatu waktu dan suatu wilayah.[173] Sedangkan pengambilan data terhadap keseluruhan objek yang diteliti atau sensus adakalanya tidak dapat dilakukan, karena jumlah populasinya tidak terhingga, maka populasi yang demikian dinamakan dengan populasi tidak terhingga.[174]

Dengan konsep definisi yang lengkap tentang populasi, maka informasi yang diperoleh dari sampel dapat dikaitkan dengan populasi yang jelas.[175] Dalam penelitian ini populasi atau objek penelitian yang dimaksud yaitu karyawan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang berjumlah 70 karyawan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[176] Sampel ditentukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis, metode dan instrumen penelitian. Bila 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. Sampel sebagai

---

[173] Abuzar Asra, *Pengantar Statistika II: Panduan Bagi Pengajar dan Mahasiswa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Ed. 1, Cet. 1, hal. 10

[174] Budi Susetyo, *Statistika untuk Analisis Data Penelitian: Dilengkapi Cara Perhitungan dengan SPSS dan MS Office Excel*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), Cet. 2, hal. 139

[175] Abuzar Asra dan Achmad Prasetyo, *Pengambilan Sampel dalam Penelitian Survei*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Ed. 1, Cet. 1, hal. 16

[176] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), hal. 73

wakil populasi, mengisyaratkan bahwa sampel tersebut harus mampu mencerminkan populasi atau sampel itu harus representatif.[177]

Karakteristik populasi harus terwakili dalam sampel. Artinya, ciri atau keadaan populasi harus tergambarkan dalam sampel.[178] Sampel itu juga harus sesuai, artinya harus mampu dan kompeten untuk memberikan keterangan yang diperlukan agar lebih dapat dipercaya.[179] Untuk menentukan sampel, perlu diperhatikan kualitas populasi. Jika ukuran populasinya di atas 1000, sampel sekitar 10% sudah cukup, tetapi jika ukuran populasinya sekitar 100, sampelnya paling sedikit 30%, dan kalau ukuran populasinya 30, maka sampelnya harus 100%.[180]

Hal ini sesuai dengan pernyataan Arikunto yang telah memberikan batasan-batasan pengambilan sampel, yaitu apabila populasi kurang dari 100 orang, maka boleh diambil sampel seluruhnya karena tidak terlalu banyak. Jika peneliti mempunyai beberapa ratus subjek dalam populasi, mereka dapat menentukan kurang lebih 25-30% dari jumlah subjek tersebut. Jika jumlah anggota subjek dalam populasi hanya meliputi antara 100 hingga 150 orang,

---

[177] R. Partino dan M. Idrus, *Statistika Inferensial*, (Yogyakarta: Safiria Insania Press, 2010), Cet. 2, hal. 26

[178] Kadir, *Statistika Terapan: Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), Ed. 2, Cet. 3, hal. 119

[179] S. Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), Ed. 1, Cet. 13, hal. 50

[180] Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*..., hal. 143

dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan angket, sebaiknya subjek sejumlah itu diambil seluruhnya.[181]

Dari penjelasan di atas, maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang berjumlah 70 karyawan. Dalam penelitian ini pengambilan sampel diambil dari seluruh jumlah populasi, sehingga penelitian yang digunakan adalah penelitian populasi (*population research*).[182]

3. Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* adalah cara pengumpulan data sampel yang berasal dari suatu populasi yang dilakukan dengan cara mengamati sebagian dari individu populasi sebagai objek penelitian.[183] Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.[184] Sementara metodenya dengan menggunakan cara *sampling jenuh*, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan

---

[181] Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), Cet. 12, hal. 95

[182] Sukidin dan Mundir, *Metode Penelitian: Membimbing dan Mengantar Kesuksesan Anda dalam Dunia Penelitian*, (Surabaya: Insan Cendekia, 2005), Cet. 1, hal. 186

[183] Nana Danapriatna dan Rony Setiawan, *Pengantar Statistika*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), Ed. 1, Cet. 1, hal. 59

[184] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Cet. 22, hal. 84

sebagai sampel.[185] Pengambilan sampel dengan metode ini bertujuan untuk mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data menurut Arikunto adalah benda, hal atau orang tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya tentang data.[186] Maka sumber data merupakan darimana data itu diperoleh dan didapatkan peneliti, baik melalui kuesioner, observasi, maupun dokumentasi. Dilihat dari segi sumber perolehan data atau dari mana data tersebut berasal, dalam penelitian ini dikenal ada dua jenis data, yaitu data primer (*primary data*) dan data sekunder (*secondary data*).

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.[187] Data tersebut dapat diperoleh langsung dari data angket, data survei, data observasi dan sebagainya. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung kepada responden dengan memberikan angket atau daftar

[185] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*..., hal. 85
[186] Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 88
[187] Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), Ed. 2, Cet. 2, hal. 21

pertanyaan kepada karyawan di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya.[188] Pihak kedua yang memperoleh secara langsung data aslinya, misalnya laporan BPS, laporan keuangan perusahaan dan lain sebagainya. Data sekunder biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.[189] Keuntungan data sekunder diantaranya penghematan dalam biaya dan waktu.[190] Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk diproses lebih lanjut. Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, brosur, artikel, website dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Variabel Penelitian

Dalam setiap kegiatan penelitian penentuan variabel-variabel penelitian menjadi sangat penting, mengingat variabel merupakan alat dan sarana melakukan pengukuran. Variabel merupakan atribut, ciri, sifat, kemampuan dan ukuran lainnya yang berbeda-beda (bervariasi)

---

[188] Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 121

[189] Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Ed. 2, Cet. 25, hal. 39

[190] Freddy Rangkuti, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), Cet. 12, hal. 25

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan dipelajari.[191] Atau yang lebih umum, variabel adalah semua faktor yang berperan dalam proses penelitian. Dilihat dari bentuk hubungan kausalitas, yaitu sebab akibat, maka variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubah atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).[192] Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu orientasi pasar (X_1), inovasi produk (X_2), bauran promosi (X_3), dan pengetahuan konsumen (X_4),

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.[193] Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu kinerja pemasaran pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri (Y). Dimana kinerja pemasaran sebagai tolak ukur dari adanya orientasi pasar, inovasi produk, bauran promosi dan pengetahuan konsumen. Sedangkan orientasi pasar, inovasi produk, bauran promosi, dan pengetahuan konsumen sebagai pengaruh terhadap kinerja pemasaran.

---

[191] Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metodologi Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), Cet. 1, hal. 91

[192] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hal. 61

[193] *Ibid.*, hal. 61

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian.[194] Maksud dari skala pengukuran ini untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya.[195] Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.[196] Menurut Kinnear, skala *Likert* ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak

[194] Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi dengan Contoh-contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan Laporannya)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), Ed. 1, Cet. 2, hal. 120

[195] Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2007), Cet. 2, hal. 11

[196] Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*..., hal. 107

setuju, senang-tidak senang dan baik-tidak baik. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:[197]

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

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Data yang baik sangat diperlukan dalam penelitian, sebab bagaimanapun canggihnya suatu analisis data jika tidak ditunjang oleh data yang baik, maka hasilnya kurang dapat dipertanggungjawabkan.[198] Teknik pengumpulan data adalah cara atau prosedur yang sistematik dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.[199]

Pengumpulan data penelitian dimaksudkan sebagai pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen populasi

---

[197] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Ed. 2, hal. 70

[198] Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), Cet. 5, hal. 15

[199] Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), Cet. 1, hal. 57

penelitian.[200] Pelaksanaan pengumpulan data dalam sebuah penelitian harus sesuai dengan metode yang telah direncanakan dan target data yang diperoleh harus sesuai dengan standar yang telah ditentukan.[201] Adapun cara yang ditempuh peneliti dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

a. Angket

Teknik angket merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.[202] Bentuk pertanyaan ada dua macam, yaitu pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan angket tertutup. Angket tertutup adalah suatu angket di mana pertanyaan dan alternatif jawabannya telah ditentukan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang ditentukan.[203] Angket jenis ini biasa digunakan untuk mendapatkan statistik dalam penelitian kuantitatif.

Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dan responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai

---

[200] Sayid Syekh, *Pengantar Statistik Ekonomi dan Sosial*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2011), Cet. 1, hal. 9

[201] Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), Cet. 1, hal. 20

[202] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*..., hal. 49

[203] Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), Cet. 1, hal. 49

dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.[204] Angket akan disebarkan oleh peneliti kepada karyawan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri sebagai sampel untuk dijawab selama beberapa waktu tertentu, kemudian dikumpulkan dan diperiksa kelengkapannya untuk nantinya diukur dengan skala *Likert*.

b. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematik gejala-gejala yang diselidiki.[205] Observasi dapat dilakukan sesaat ataupun mungkin dapat diulang. Oleh sebab itu, observasi hendaknya dilakukan oleh orang yang tepat.[206] Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual

---

[204] Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2006), Cet. 4, hal. 99

[205] Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hal. 70

[206] Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), Cet. 4, hal. 69

dan sesuai dengan masalah penelitian.[207] Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.[208] Dalam melaksanakan teknik dokumentasi, peneliti mengumpulkan benda-benda tertulis seperti buku-buku dan dokumen tentang gambaran umum perusahaan, seperti data tentang jumlah karyawan, sejarah berdirinya PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri dan lain sebagainya yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini.

2. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah[209]. Variasi jenis instrumen penelitian adalah angket, *check-list*, pedoman wawancara, pedoman pengamatan. Instrumen penelitian dapat berupa

[207] Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*..., hal. 152

[208] Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Cet. 7, hal. 31

[209] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta: 2010), Cet. 14, hal. 203

pertanyaan yang disertai jawaban alternatif atau tanpa jawaban alternatif.[210]

Instrumen pengukur variabel penelitian memegang peranan penting dalam usaha memperoleh informasi yang akurat dan terpercaya.[211] Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang diterapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberi definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang diukur. Dari indikator itu kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen berupa angket yang menggunakan model skala *Likert* dengan 5 opsi jawaban.

Instrumen dalam penelitian ini berbentuk pernyataan dalam bentuk angket yang akan diberi skor pada jawaban dari responden yang diasumsikan benar dan dapat dipercaya menurut skala *Likert*. Untuk mempermudah penyusunan instrumen penelitian, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen,[212] yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Deskriptor	No. Item
1	Orientasi Pasar (X_1)	Orientasi Pelanggan	Kebutuhan nasabah	1
			Peningkatan nasabah pelanggan	2

[210] Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*..., hal. 49
[211] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hal. 34
[212] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*..., hal. 149

	(Sumber: Kohli dan Jaworski dalam Wahyono, *Orientasi dan Inovasi: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran*, 2002)	Orientasi Pesaing	Memonitor tindakan pesaing	3
			Tanggap terhadap perubahan yang dilakukan pesaing	4
		Koordinasi Antarfungsi	Melibatkan semua karyawan dalam membuat perencanaan dan keputusan	5
			Tanggap dan sungguh-sungguh dalam melayani nasabah	6
2	Inovasi Produk (X_2) (Sumber: Hurley & Hult dalam Wahyono, *Orientasi Pasar dan Inovasi: terhadap Kinerja Pemasaran*, 2002)	Keinovatifan	Menampilkan produk baru yang berbeda dengan pesaing	7
			Pengembangan produk untuk menjaga keunggulan produk dengan pesaing	8
		Inovasi Teknis	Pengembangan ide-ide baru untuk meningkatkan kepuasan nasabah	9
			Mampu menjual produk baru kepada nasabah	10
			Tanggap dan sungguh-sungguh terhadap ide/gagasan baru	11
		Inovasi Administrasi	Memberikan solusi menyeluruh bagi penyelesaian masalah kepada nasabah	12
3	Bauran Promosi (X_3) (Sumber: Kasmir, *Pemasaran Bank*, 2005)	Periklanan	Iklan yang disampaikan menarik dan tidak berlebih-lebihan	13
		Promosi Penjualan	Menjadi sponsor yang baik dalam sebuah event	14
			Mempermudah nasabah mengenal produk jasa yang ditawarkan	15
		Publisitas	Program-program sosial yang diciptakan memberi citra positif bagi nasabah	16
		Personal Selling	Memberikan daya tarik bagi nasabah	17
			Silaturrahmi antara pegawai dan nasabah	18

			terjalin dengan baik	
4	Pengetahuan Konsumen (X_4) (Sumber: Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 2002)	Pengetahuan Produk	Melihat segi karakter produk terlebih dahulu	19
			Pengetahuan dan pemahaman yang cukup terkait proses dan cara bertransaksi	20
			Mengerti dan mengetahui produk jasa yang ditawarkan	21
		Pengetahuan Pembelian	Produk jasa yang ditawarkan bermanfaat bagi nasabah	22
			Produk jasa yang ditawarkan tidak hanya mengacu pada keuntungan duniawi tetapi juga mengacu pada nilai spiritual	23
		Pengetahuan Pemakaian	Nasabah puas dan terpenuhi dengan tersedianya produk jasa yang ditawarkan	24
5	Kinerja Pemasaran (Y) (Sumber: Ferdinand dalam Nasution, *Analisis Kinerja Pemasaran PT ALFA SCORPII Medan*, 2014)	Nilai Penjualan	Peningkatan penjualan dari nasabah yang sudah ada	25
			Peningkatan penjualan dengan bertambahnya pelanggan	26
		Pertumbuhan Penjualan	Penjualan meningkat melalui pengembangan produk	27
			Target penjualan meningkat	28
		Porsi Pasar	Perluasan pangsa pasar	29
			Pelanggan meningkat dengan meningkatnya pangsa pasar	30

E. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data

untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data, kemudian menganalisis data dari hasil yang sudah ada pada tahap hasil pengolahan data.[213] Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atau angka yang dibagikan telah dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

   a. Uji Validitas

      Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya.[214] Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya.

---

[213] Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*..., hal. 184

[214] V. Wiratna Sujarweni, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), Cet. 1, hal. 160

Suatu instrument pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Tinggi rendah validitas suatu angket dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih adalah sama.[215]

Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis menggunakan komputer dengan bantuan *software SPSS Statistics for Windows Versi 22.0*. Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value* pada table r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi *product 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.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen

[215] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2005), Cet. 8, hal. 212

yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan kesalahan varian yang minim.[216] Uji reliabilitas untuk alternatif yang lebih dari dua akan menggunakan uji *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

Menurut Triton, jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:[217]

1) Nilai Alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2) Nilai Alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3) Nilai Alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4) Nilai Alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
5) Nilai Alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

Menurut Nugroho, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,60. Menurut Suyuti, kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Jadi, pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena

---

[216] Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), Cet. 12, hal. 128

[217] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 97

keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut. [218]

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.[219] Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Dengan pedoman jika Nilai sig. atau signifikansi < 0,05 (kurang dari 0,05) maka dapat dikatakan distribusi data tidak normal dan apabila Nilai sig. atau signifikansi > 0,05 (lebih dari 0,05) maka distribusi data adalah normal. Pada penelitian ini dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa multikolinearitas dan heteroskedastisitas tidak terlepas dalam penelitian ini atau data yang dihasilkan berdistribusi normal, apabila hal tersebut tidak ditemukan maka asumsi klasik regresi telah terpenuhi. Dalam penelitian ini tidak menggunakan autokorelasi karena uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada

[218] *Ibid.*, hal. 97

[219] Danang Sunyoto, *Praktik SPSS untuk Kasus*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), Cet. 1, hal. 127

angket di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model.[220] Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi sampel yang ideal harus menghindari dari multikolinearitas. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, Nugroho menyatakan jika *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas.

VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinearitas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t. Sarwoko mengemukakan

[220] V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), Cet. 1, hal. 185

beberapa alternatif perbaikan karena adanya multikolinearitas yaitu: (1) membiarkan saja, (2) menghapus variabel yang berlebihan, (3) transformasi variabel multikolinearitas, dan (4) menambah ukuran sampel.[221]

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Pada umumnya heteroskedastisitas sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas.

Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola, (2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah

[221] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0...*, hal. 79

atau disekitar angka 0, dan (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.[222]

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan perluasan dari regresi linear sederhana dengan dua atau lebih variabel bebas yang digunakan sebagai prediktor dan satu variabel tergantung yang diprediksi.[223] Regresi linear berganda terjadi apabila dalam model regresi memuat paling sedikit dua variabel bebas.[224] Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).[225] Dengan demikian regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang menyertakan beberapa variabel sekaligus.[226]

Rumus yang digunakan pada regresi berganda sama seperti pada regresi tunggal (regresi sederhana), hanya saja pada regresi berganda ditambahkan variabel-variabel lain yang juga diikutsertakan

---

[222] *Ibid.*, hal. 79-80

[223] Jonathan Sarwono, *Rumus-rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), Ed. 1, hal. 130

[224] Getut Pramesti, *Smart Olah Data Penelitian dengan SPSS 21*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), hal. 37

[225] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*..., hal. 275

[226] Hartono, *Statistik untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), Cet. 6, hal. 164

dalam penelitian.[227] Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y	= Kinerja Pemasaran
a	= Konstanta
$b_1b_2b_3b_4$	= Koefisien regresi masing-masing variabel
X_1	= Orientasi Pasar
X_2	= Inovasi Produk
X_3	= Bauran Promosi
X_4	= Pengetahuan Konsumen
e	= *Error of term* (variabel pengganggu) atau residual

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan ketika informasi mengenai nilai *variance* (ragam) populasi tidak diketahui. Uji ini digunakan untuk mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang

[227] Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), Ed. 1, Cet. 1, hal. 110

dihipotesiskan oleh si peneliti.[228] Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji t dengan 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 yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat yang digunakan. Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05 di mana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

1) Jika signifikansi t < 0,05 maka H_0 ditolak yaitu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2) Jika signifikansi t > 0,05 maka H_0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Secara Bersama-sama (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan atau bersama-sama

[228] Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), Ed. 1, Cet. 2, hal. 194

mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini menggunakan uji F yaitu perbandingan antara F hitung dan F tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:

1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak yaitu variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi F pada tingkat α yang digunakan. Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0,05 dimana syarat-syaratnya adalah:

1) Jika signifikansi F < 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2) Jika signifikansi F > 0,05 maka H_0 diterima yang berarti variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R *Square*) digunakan untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Koefisen determinasi merupakan ukuran untuk

mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel.[229] Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Jika nilai R^2 kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Namun apabila nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel independen.[230]

Semakin besar nilai R^2 semakin bagus garis regresi yang terbentuk. Sebaliknya semakin kecil nilai R^2 semakin tidak tepat garis regresi tersebut dalam mewakili data hasil observasi.[231] Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrumen sampai dengan uji koefisien determinasi maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan *SPSS Statistics for Windows Versi 22.0*.

---

[229] Suharyadi dan Purwanto S.K, *Statistika: untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hal. 465

[230] Yudhi Wicaksono, *Aplikasi Excel dalam Menganalisis Data*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), hal. 119-121

[231] Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), Cet. 3, hal. 259