

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan cara turun langsung ke lapangan untuk menggali data dan informasi yang diteliti. Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang diperoleh dari data yang berbentuk angka. Jadi, penelitian kuantitatif adalah data penelitian yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 2007, hlm. 7) Dalam penelitian ini diarahkan untuk memperoleh data yang diperlukan dan objek penelitian yang sebenarnya tentang pengaruh faktor psikologis konsumen terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan iB Hasanah di PT. Bank Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil adalah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin Jl. Ahmad Yani KM. 4,5 No. 385 Banjarmasin.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian. Subjek penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang menggunakan Tabungan iB Hasanah dengan akad wadiah.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran atau tujuan utama penelitian. Objek penelitian ini adalah pengaruh faktor psikologis konsumen terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan iB Hasanah di PT. Bank Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah keterangan yang memberikan gambaran tentang suatu peristiwa atau masalah. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah informasi dari pihak pertama, biasanya disebut dengan responden. Data yang diperoleh melalui pernyataan atau pertanyaan tertulis dengan menggunakan koesioner maupun lisan dengan menggunakan metode wawancara. Data sekunder adalah data yang bukan dari sumber pertama digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti. (Sarwono, 2006, hlm. 16–17) Adapun data yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi:

- a. Data yang tersedia brosur produk Tabungan iB Hasanah pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
- b. Identitas responden meliputi: jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan

- c. Hubungan faktor psikologis konsumen (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap) dengan keputusan nasabah.

2. Sumber data

Sumber Data adalah dari mana data penelitian didapatkan. (Arikunto, 2003, hlm. 54) Sumber data meliputi:

- a. Responden adalah orang yang merespon, memberikan informasi tentang data penelitian. Yang dimaksud disini adalah nasabah yang menggunakan Tabungan iB Hasanah (akad wadiah) pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
- b. Informan adalah pihak lain yang dapat memberikan keterangan berkaitan dengan masalah yang diteliti, yakni pimpinan atau karyawan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan yang menjadi pusat penelitian dan tempat untuk menggeneralisasi temuan penelitian. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang menggunakan produk Tabungan IB Hasanah (akad wadiah).

A sample is a subset or a population or public. (Dani Attimore, et.al, 2004, hlm. 102) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel terdiri dari sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Sampel yang baik ialah sampel yang dapat mewakili

populasinya.(Sugiyono, 2007, hlm. 80–81) Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*.

Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu seseorang yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.(Sugiyono, 2009, hlm. 85)

Besaran sampel yang diteliti menurut Nasution dalam bukunya *Metode Research (Penelitian Ilmiah)* mengatakan bahwa 100 sampel sudah memadai untuk melakukan penelitian. Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang nasabah BNI Kantor Cabang Banjarmasin yang menggunakan produk Tabungan iB Hasanah dengan akad wadiah.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner atau angket

Teknik pengumpulan data dengan teknik angket (*kuesioner*) yaitu dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab dan diisi oleh responden.(Sugiyono, 2007, hlm. 142) Setelah diisi oleh responden angket dikembalikan ke penulis. Angket yang dibagikan kepada responden sebanyak 100 buah.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu data atau informasi yang dikumpulkan dengan cara membaca surat-surat ,pengumuman, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan lain sebagainya.(Sarwono, 2006, hlm. 225) Dokumentasi yang

dimaksud dalam penelitian ini adalah data yang digunakan sebagai penunjang untuk mengetahui data-data tentang produk, sejarah, profil, visi dan misi serta keterangan lain yang diperlukan seperti brosur maupun undang-undang tentang produk.

G. Desain Pengukuran

Desain pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

The Likert Scale asks respondents to indicate the extent to which they either agree or disagree with a series of mantle belief statement about a given object. (Hari, et.al, 2003, hlm. 422)

Yang artinya skala likert meminta responden untuk menunjukkan sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju dengan serangkaian pertanyaan keyakinan tentang objek yang diberikan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat seseorang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2012, hlm. 93)

Langkah-langkah dalam menyusun skala likert adalah

1. Menetapkan variabel yang akan diteliti
2. Menentukan indikator-indikator dari variabel yang diteliti
3. Menurunkan indikator tersebut menjadi daftar pertanyaan (kuesioner) Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Apabila item bernilai positif maka angka terbesar diletakkan pada —sangat setuju, sedangkan jika item bernilai negatif maka

angka terbesar diletakkan pada —sangat tidak setuju. Setiap item diberi pilihan respons yang tertutup. (Suliyanto, 2011, hlm. 127)

SS	: Sangat Setuju	diberi skor 5
S	: Setuju	diberi skor 4
KS	: Kurang Setuju	diberi Skor 3
TS	: Tidak Setuju	diberi skor 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	diberi skor 1

H. Instrumen Penelitian

Dalam skala likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun itemitem instrumen yang berupa pernyataan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara pembagian angket atau kuesioner kepada responden yaitu memberikan pernyataan tertulis yang jawaban-jawabannya dicantumkan agar memudahkan responden untuk menjawab dan untuk memudahkan penulis dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul nantinya.

Tabel 1.1 Instrumen Kuesioner

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pertanyaan

Variabel X Faktor Psikologis Konsumen	Motivasi (X_1)	1. Dorongan kebutuhan utama terhadap produk dan jasa.	1
		2. Dorongan kebutuhan akan rasa aman dalam menggunakan produk dan jasa.	2
		3. Dorongan Kebutuhan akan rasa nyaman dalam menggunakan produk dan jasa.	3
	Persepsi (X_2)	1. Kualitas yang dipersepsikan oleh nasabah terhadap produk dan jasa tersebut.	4
		2. Persepsi nasabah terhadap kualitas harga produk dan jasa tersebut.	5
		3. Persepsi nasabah terhadap kualitas merek produk dan jasa dengan pesaing.	6

	<p>Pembelajaran (X₃)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendorong nasabah untuk mencari pengetahuan atau informasi mengenai produk dan jasa tersebut. 2. Memerhatikan isyarat untuk memenuhi harapan-harapan nasabah mengenai produk dan jasa tersebut. 3. Memberikan penguatan yang positif untuk meyakinkan nasabah memilih produk dan jasa tersebut. 	<p>7</p> <p>8</p> <p>9</p>
	<p>Keyakinan (X₄)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meyakinkan bahwa produk dan jasa tersebut sesuai dengan prinsip syariah. 2. Meyakinkan bahwa produk dan jasa tersebut merupakan bagian dari praktik beragama. 3. Meyakinkan bahwa produk dan jasa tersebut merupakan bentuk pengamalan dalam beragama. 	<p>10</p> <p>11</p> <p>12</p>

	Sikap (X_5)	1. Menimbulkan rasa percaya nasabah terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.	13
		2. Menimbulkan rasa suka nasabah terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.	14
		3. Menimbulkan harapan nasabah terhadap produk dan jasa tersebut.	15
Variabel Y		1. Produk dan jasa tersebut mampu mengatasi masalah nasabah.	16
Keputusan Nasabah		2. Nasabah menjatuhkan pilihan pada produk dan jasa tersebut.	17
		3. Nasabah mendapatkan kepuasan menggunakan produk dan jasa tersebut.	18

I. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data menjelaskan mengenai langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam mengolah data-data. Teknik pengolahan data dengan cara kuantitatif, setelah data terkumpul selanjutnya data diolah dengan tahapan sebagai berikut:

1. *Editing*, memeriksa, mengolah, menyeleksi dan menelaah data-data yang terkumpul baik kelengkapannya maupun kesempurnaannya.
2. Kodefikasi data, adalah pengelompokkan, memberikan angka-angka dan kode-kode tertentu yang disepakati terhadap jawaban-jawaban pernyataan dalam kuesioner sehingga memasukkan saat data ke komputer.
3. Membuat Tabulasi Data termasuk dalam memproses data. Membuat tabulasi data tidak lain memasukan data ke dalam tabel-tabel dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung dengan menggunakan komputer.

J. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang penting, dengan adanya analisis data bertujuan untuk memecahkan masalah. Untuk menganalisis data penulis menggunakan SPSS 22 *for windows*. Adapun langkah-langkah pengujiannya yaitu:

1. Uji validitas dan reabilitas

- a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap nilai X sedangkan skor total dianggap Y. Tujuan uji validitas untuk mengetahui kelayakan butir-butir pernyataan

yang ada pada koesioner.(Sujarweni, 2014, hlm. 192) Uji signifikansi dilakukan dengan membanding nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degreeof freedom* (df) = n-2, n adalah jumlah sampel.(Ghozali, 2001, hlm. 52) Data diolah dengan SPSS.

b. Uji Realibilitas

Uji reabilitas item merupakan uji statistik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas serangkaian item pernyataan dalam keandalannya mengukur suatu variabel. Uji reabilitas ini hanya dilakukan teradap butir-butir yang valid, butir-butir yang valid diperoleh melalui uji validitas. Uji realibilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*.

$$r_n = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ \left\{ \frac{1 - \sum \sigma^2 i}{\sigma^2 t} \right\} \right\}$$

keterangan :

r_n = reliebilitas instrument/koefisien alfa k

= banyaknya butiran soal

$\sum \sigma^2 i$ = jumlah variasi butir

$\sigma^2 t$ = variasi total

Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir. Jika alpha >0,60 maka reliable. (Sujarweni, 2014, hlm. 192)

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu model regresi yang akan dipakai sebagai penjelas bagi pengaruh antar variabel. Uji asumsi klasik meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang berdistribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji histogram dan uji Kolmogorov-smirnov. (Wijaya, 2012, hlm. 132)

1) Uji Histogram

Dalam uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak berdasarkan kemencongan grafik, baik ke kiri maupun ke kanan

2) Uji kolmogrov-smirnov

Uji kolmogrov-smirnov merupakan pengujian normalitas dengan menggunakan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal dan jika nilai sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel independent. Untuk mengetahui multikolinieritas antara variabel, dapat dilihat dari *variance inflation factor* (VIF), dimana $VIF < 5$. (Muhammad, 2008, hlm. 63)

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam regresi terdapat kesamaan varians dan residu satu pengamatan kepengamatan lain. Jika pola gambar scatterplot terdapat titik-titik yang acak pada gambar berarti tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas dalam regresi ini. (Sujarweni, 2014, hlm. 186)

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan formulasi Durbin Watson (uji DW) dengan kriteria jika: (Muhammad, 2008, hlm. 63)

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi positif
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu alat yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*). Penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan. Penerapan metode regresi linier berganda jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang memengaruhi satu variabel tak bebas. (Siregar, 2013, hlm. 301)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 \text{ Dimana:}$$

Y : loyalitas nasabah a : konstanta

$b_1 b_2 b_3 b_4 b_5$: konstanta

X_1 : motivasi

X_2 : persepsi

X_3 : pembelajaran

X_4 : keyakinan

X_5 : sikap

untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis konsumen terhadap keputusan nasabah, maka dilakukan penelitian terhadap variabel variabel dengan pengujian, antara lain: uji F (uji simultan), uji T (uji parsial), uji koefisien determinasi.

a. Uji F (uji simultan)

Uji f bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji f dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan F_{tabel} jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. (Hariyanto & Mardhanty, 2013, hlm. 159)

b. Uji T (uji parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung. Hasil uji t dapat dilihat pada output *coefficient* dari hasil analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak. (Sanjono, 2011, hlm. 147)

c. Uji koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur poporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, jika $R^2 = 0$ berarti tidak ada

hubungan yang sempurna. Sedangkan $R^2 = 1$ maka ada hubungan antara variasi Y dan X atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan.

4. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah menilai karakteristik menggunakan logika untuk menarik kesimpulan yang logis mengenai data-data hasil penelitian yang akan dianalisa. Analisa ini membahas komponen penelitian dalam kaitannya dengan identitas responden dan variabel-variabel penelitian. Dengan kata lain analisa deskriptif ini dimaksudkan untuk analisis data yang sesuai dengan klasifikasi responden keadaan presentase.

Analisis deskriptif merupakan metode yang berkaitan dengan pengumpulan, peringkasan, dan penyajian suatu data sehingga memberikan informasi yang berguna juga menatanya ke dalam bentuk yang siap untuk dianalisis. (Hariyanto & Mardhanty, 2013, hlm. 158)