

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan cara terjun langsung kelapangan untuk menggali data dan menggali permasalahan yang diteliti. Adapun pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penyajian hasil penelitian dalam bentuk angka-angka statistik.¹ Dalam penelitian ini diarahkan untuk memperoleh data yang diperlukan dari obyek penelitian tentang pengaruh citra merek terhadap minat menjadi nasabah Bank Kalsel Syariah Q Mall Banjarbaru.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil dalam penelitian ini adalah Bank Kalsel Kantor Cabang Pembantu Syariah Q Mall Banjarbaru Jl. A.Yani km. 36,8 Banjarbaru Sei Ulin Kecamatan Banjar Baru Utara 70711

Bank Kalsel Kantor Cabang Pembantu Syariah Q Mall Banjarbaru yang merupakan salah satu faktor pendukung dalam pembangunan daerah dituntut untuk mendapatkan mitra kerja yang baik dengan memberikan pelayanan yang maksimal agar terbentuk *image* (citra) yang berbeda dimata seseorang sehingga mampu menarik minat untuk menjadi nasabah disana. Karena Bank Kalsel Kantor

¹Sulisyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2006), hlm.12.

Cabang Pembantu Syariah Q Mall Banjarbaru membuka layanan hingga 7 hari non stop /adanya layanan *weekend banking*, yang umumnya bank lain hanya buka 5 hari saja. Kantor Cabang Pembantu Syariah Q Mall Banjarbaru juga melayani nasabah internal, sehingga memudahkan untuk setoran dan penarikan. Dengan bukanya bank selama 7 hari non stop juga mempermudah para tenant- tenant dan para kontraktor (pengusaha konstruksi) membantu dalam membayar tukang yang biasanya setiap sabtu.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah kumpulan unit yang akan diteliti ciri-ciri (karakteristik) nya, dan apabila populasinya terlalu luas, maka peneliti harus mengambil sampel (bagian dari populasi) itu untuk diteliti. Dengan demikian berarti populasi adalah keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti, dan pada populasi itulah nanti hasil penelitian diberlakukan.² Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Q Mall Banjarbaru yang berjumlah kurang lebih 2000 nasabah per 2016.³

2. Sampel Penelitian

Dalam praktik penelitian seorang peneliti jarang sekali melakukan penelitian terhadap keseluruhan kumpulan elemen (populasi). Peneliti biasanya melakukan seleksi terhadap bagian elemen-elemen populasi dengan harapan hasil

² Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian kuantitatif*, (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2015), cet 1, hlm. 226.

³ Gusti Achmad Nawawi, Pimpinan Bank Kalsel KCPS Qmall Banjarbaru, (28 November 2016)

seleksi tersebut dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang ada. Elemen adalah subjek dimana pengukuran dilakukan, elemen-elemen populasi yang terpilih ini disebut sampel.⁴ Sampel yang digunakan adalah *Random Sampling* yaitu didalam sampelnya peneliti mencampur subyek-subyek didalam populasi sehingga semua subyek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subyek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sample. Oleh karena hak setiap subyek sama, maka penelitian terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subyek untuk dijadikan sampel. Untuk penentuan sample menggunakan rumus dari slovin yaitu :⁵

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

d : Nilai presisi

$$n = \frac{2000}{2000 (0,1)^2 + 1} = \frac{2000}{2000 (0,01) + 1} = \frac{2000}{21} = 95,23 \approx 95$$

Jadi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 nasabah.

⁴ Ibid, hlm 234.

⁵ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group: 2005), Cet ke 1, hlm. 105.

D. Data dan Sumber Data

1. Data merupakan unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan.⁶ Data yang dimaksud meliputi :
 - a. Data primer ialah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian meliputi karakteristik responden dan persepsi responden.
 - b. Data sekunder ialah data yang diperoleh dari buku-buku dan literatur.
2. Sumber data adalah benda, hal atau tempat peneliti mengamati, membaca, atau bertanya tentang data.⁷ Sumber data meliputi:
 - a. Responden, yaitu orang yang terlibat langsung dalam penelitian ini yakni pihak nasabah pada Bank Kalsel Syariah tersebut guna memberikan data dan informasi yang diperlukan.
 - b. Informan, yaitu pihak-pihak yang dianggap penulis dapat memberikan keterangan dan tambahan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (angket)

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden dengan panduan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa

⁶ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: PT. TERAS,2009),hlm.53.

⁷ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta:PT Rineka Cipta,2003), Cet ke 6 hlm. 116.

diharapkan responden. Kuesioner ini ditujukan kepada responden yang terpilih sebagai sample.

2. Kepustakaan

Kepustakaan digunakan dalam keseluruhan proses penelitian dengan memanfaatkan berbagai macam pustaka yang relevan dengan fenomena sosial yang tengah dicermati.

F. Desain Pengukuran

Jenis skala yang pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok 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. Instrumen pengukuran serupa ini mula-mula diciptakan oleh Rensis Likert pada tahun 1932. Sejak itu tipe pengukuran ini menjadi sangat populer dengan sejumlah keuntungannya antara lain,⁸:

1. Mempunyai banyak kemudahan
2. Skala likert mempunyai reliabilitas tinggi
3. Skala likert luwes atau fleksibel.

⁸ S. Nasution, *metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), Cet ke- 2, hlm. 63.

Disamping kemudahan-kemudahan itu adapula kelemahannya, yaitu:

1. Asumsi bahwa tiap item atau pertanyaan mempunyai nilai yang sama tidak dapat dipertanggung jawabkan.
2. Ada kemungkinan bahwa orang yang mempunyai sikap yang sama intensitasnya memilih alternatif jawaban yang berlainan sehingga menghasilkan skor akhir yang berbeda.

Walaupun ada kelemahannya, skala tipe likert dianggap besar manfaatnya dan karena itu sangat populer. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata:

- | | |
|------------------------|---------------|
| 1. Sangat Setuju | diberi skor 5 |
| 2. Setuju | diberi skor 4 |
| 3. Kurang setuju | diberi skor 3 |
| 4. Tidak setuju | diberi skor 2 |
| 5. Sangat tidak setuju | diberi skor 1 |

G. Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah angket/kuesioner kepada responden yaitu memberikan pertanyaan tertulis dengan responden yang jawaban-jawabannya dicantumkan untuk memudahkan responden menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis

data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul, kuesioner atau angket tersebut digunakan untuk memperoleh data dari responden.

Gambar 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator
Kesadaran Nama merek (X1)	<ul style="list-style-type: none"> • Logo Bank Kalsel Syariah mudah dikenali • Logo Mudah diingat • Logo mudah diucapkan • Warna biru& hijau logo identik pada bank kalsel • Warna logo menarik • Letak bank kalsel kcps q mall strategis
Kesan kualitas (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas jasa bank bagus • Tingkat keamanan tinggi • Informasi disampaikan jelas, sopan, dan mudah dipahami • Petugas bank ramah • Kemudahan transaksi dengan adanya layanan weekend banking • Petugas bank cantik dan tampan
Asosiasi Merek (X3)	<ul style="list-style-type: none"> • Bank Kalsel adalah Bank Milik Banua • Bank Kalsel lembaga yg amanah dan pelayanan prima • Bank Kalsel lembaga yg punya tanggung jawab sosial • Bank Kalsel sebagai sumber pendapatan daerah • Bank Kalsel tidak menggunakan bunga&gharar • Kemudahan akses melalui atm bank kalsel
Minat (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Berminat karena setoran awal rendah • Berminat karena berdasarkan informasi • Berminat karena sesuai

	keinginan dan kebutuhan <ul style="list-style-type: none"> • Berminat karena pelayanan ramah dan cepat • Berminat karena iklannya menarik
--	---

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik statistik adalah data yang kerap kali digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yakni teknik korelasi. Analisis menggunakan teknik kuantitatif yaitu analisis pada objek dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian. Dalam penelitian ini analisis yang akan digunakan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Kalsel kcps Q mall Banjarbaru. Bagian pertama dari analisis ini adalah analisis uji validitas kuesioner dan uji reliabilitas kuesioner. Untuk pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program *SPSS (Statistical Package for the Social Science) for window*. Dalam perkembangannya *SPSS* berubah menjadi (*Statistical Product and Service Solutions*). *SPSS* adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statisti parametik maupun non parametik dengan basis windows.⁹ Dalam penelitian ini penulis menggunakan *SPSS versi 22 for windows*.

Tahapan-tahapan dalam menganalisis data :

⁹ Iman Ghozali, *Aplikasi Analisi Multivariate dengan program SPSS* (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponogoro, 2006), hlm.15.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Teknik yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan menggunakan teknik *product moment person*.

Rumus korelasi *product moment person* sebagai berikut:¹⁰

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum x \cdot y - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{[n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2][n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefesien korelasi antara masing-masing item

x = Nilai/skor dari masing-masing item

y = Nilai/total skor item

x^2 = Kuadrat skor instrumen pertama

y^2 = Kuadrat skor instrumen kedua

n = Jumlah responden

XY = Perkalian antara masing-masing item

b. Uji Reliabilitas

Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Realibilitas menunjuk kepada tingkat keterandalan sesatu. Pengujian realibilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukur itu dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), hlm. 211.

yang sama. Ketentuan uji realibilitas dengan *Cronbach's Alpha*. Jika Alpha Cronbach's > 0,60 maka reliabel. Uji realibilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan rumus *cronbach's alpha* dikarenakan kuesionernya berbentuk uraian.

$$r_n = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_n = Realibilitas instrumen

k = Banyaknya burtir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varians butir

σ_t^2 = Varians total

c. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linier, misalnya uji multikolinieritas tidak dilakukan pada analisis regresi linier sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data cross sectional.

Uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi. Tidak ada ketentuan yang pasti tentang urutan uji mana dulu yang harus dipenuhi. Analisis dapat dilakukan tergantung pada data yang ada. Sebagai contoh, dilakukan analisis terhadap semua uji asumsi klasik, lalu dilihat mana yang tidak memenuhi persyaratan. Kemudian dilakukan perbaikan pada uji tersebut, dan setelah memenuhi persyaratan, dilakukan pengujian, pada uji yang lain.

d. Uji normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel, tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang, tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian.

e. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-

variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.¹¹

f. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu kepengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

g. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

h. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu kesadaran nama merek, kesan kualitas dan asosiasi merek terhadap variabel terikat yaitu minat menjadi nasabah pada bank kalsel kcps q mall banjarbaru

Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

¹¹ Agus Tri Basuki, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2016), Cet 1, hlm. 87-108.

Keterangan:

Y = minat menjadi nasabah pada bank kalsel kcps q mall banjarbaru

X₁ = kesadaran nama merek

X₂ = kesan kualitas

X₃ = asosiasi merek

a = nilai konstanta

b = koefisien regresi

e = error

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* terhadap minat menjadi nasabah bank kalsel kcps q mall banjarbaru, maka dilakukan penelitian terhadap variabel-variabel dengan pengujian, yaitu uji koefisien determinasi, uji F (uji simultan) dan uji T (uji signifikansi parsial).

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 22 for windows. Berikut hasil perhitungannya.

1) Uji koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R² berkisar antara 0 sampai 1, jika R² = 0 berarti tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan apabila nilai R² = 1 maka ada hubungan antara variasi X dan Y atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan.

2) Uji F (uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung. 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 membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

3) Uji t (uji signifikan parsial)

Uji t digunakan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Jika dalam pengujian dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel independen tidak sama dengan nol, maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel independen sama dengan nol, maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.