

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat *study sampling*. Penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara mencari pengaruh dari variabel yang dihipotesiskan. Dengan begitu peneliti dapat mengetahui hubungan dan pengaruh variabel tersebut.¹

b. Pendekatan Penelitian

Dilihat dari jenis informasi datanya merupakan penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang datanya dapat diuji dengan statistik, yang berlandaskan pada filsafah positivisme,² dengan teknik pengambilan sampel pada keseluruhan nasabah yang mendapatkan hadiah dari dana deposito di Bank Syariah Mandiri KC Martapura Kabupaten Banjar.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada Bank Syariah Mandiri daerah Martapura Kalimantan Selatan, Jl.A.Yani Km.40 No.05 Martapura, Kabupaten Banjar.

¹Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 25.

²Sugiyono, *op. cit.*, hlm. 13.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai rekening deposito yang mengikuti program hadiah pada Bank Syariah Mandiri KC Martapura, Kabupaten Banjar.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu, sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan kesempatan ataupun peluang yang sama pada anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini dikarenakan jumlah populasi yang relatif kecil hanya 10 orang yaitu deposan yang tergolong sebagai *priority*, maka teknik penentuan sampel dilakukan dengan *sampling jenuh* yaitu semua anggota populasi atau 10 orang nasabah deposito *priority* yang mengikuti program hadiah di Bank Syariah Mandiri KC Martapura, Kabupaten Banjar yang mengikuti program hadiah digunakan sebagai sampel.

D. Data dan Sumber Data

Data kuantitatif adalah data penelitian yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.³

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer biasanya didapat dari subjek penelitian dengan cara melakukan pengamatan, percobaan atau interview (wawancara). Cara untuk mendapatkan data primer biasanya melalui observasi (pengamatan langsung), seperti subjek diberi lembar yang berisi pertanyaan untuk diisi, pertanyaan yang ditujukan untuk responden.⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data yang berbentuk kuesioner/angket yang meliputi karakteristik responden serta jawaban responden terhadap variabel penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan pemberian hadiah terhadap loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri KC Martapura, Kabupaten Banjar.
 - b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari Bank Syariah Mandiri KC Martapura, Kabupaten Banjar berupa data, catatan-catatan serta dokumen yang ada hubungannya dengan objek penelitian.

³*Ibid.*, hlm. 12.

⁴V. Wiratna Sujawerni dan Poly Endrayanto, *Statistika untuk Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 21.

2. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Responden, yaitu orang yang terlibat langsung dalam penelitian ini yaitu nasabah yang mempunyai rekening deposito atau yang disebut deposan pada Bank Syariah Mandiri KC Martapura, Kabupaten Banjar.
 - b. Informan, yaitu pihak-pihak yang peneliti bisa ketahui atau dapat memberikan informasi dan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini yaitu staf atau pegawai pada Bank Syariah Mandiri KC Martapura Kabupaten Banjar.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain:

1. *Angket (Kuesioner)*

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Angket ini juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Angket dapat berupa pertanyaan atau pernyataan baik tertutup maupun terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Namun, jika ruang lingkup

penelitian tidak terlalu luas maka angket dapat diantarkan secara langsung kepada responden, sehingga responden dapat memberikan data objektif dan cepat.⁵

Angket yang digunakan disini dengan metode angket tertutup, dimana responden tidak diberi kesempatan menjawab dengan kata-katanya sendiri melainkan telah disediakan alternatif jawaban. Instrumen penelitian yang menggunakan skala *Likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *Likert* dalam bentuk pilihan ganda.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara.⁶ Teknik pengumpulan data ini peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.⁷

Melalui teknik wawancara peneliti bermaksud untuk memperoleh data melalui wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, yaitu dengan bertanya langsung dengan responden maupun informan baik itu dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon untuk mendapatkan data tentang Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pemberian Hadiah terhadap Loyalitas Deposan Bank Syariah Mandiri KC Martapura Kabupaten Banjar.

⁵*Ibid.*, hlm. 199.

⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 155.

⁷Sugiyono, *op. cit.*, hlm. 194

3. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis, dimana kegunaannya untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel dari benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, dokumen, dan sebagainya.⁸ Dokumentasi ini digunakan untuk mengambil data tentang profil, struktur organisasi, dan data lainnya yang berkaitan tentang nasabah deposito prioritas yang mengikuti program hadiah di Bank Syariah Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar.

F. Variabel Penelitian

Variabel adalah sebuah fenomena yang berubah-ubah, ada fenomena yang spektrum variasinya sederhana, sementara ada fenomena lain dengan spektrum variasi yang sangat kompleks.⁹ Jadi, C¹⁰

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel, yaitu:

1. Variabel independen (X)

Variabel independen atau yang disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab

⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998) hlm. 149.

⁹Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), hlm. 174.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 175.

perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen, yaitu:

- a. Strategi pemasaran (X_1)
- b. Pemberian hadiah (X_2)

2. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas depositan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar.

Tiap pengukuran variabel berisi sekumpulan atribut atau faktor berupa pernyataan, responden diminta menunjukkan persetujuan atau ketidaksetujuannya pada setiap item pertanyaan yang diberi jarak atau interval yang kemudian diberi skor.

G. Desain Pengukuran

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengambil informasi dan data yang terdiri dari sumber data atau pengambilan data dengan memperhatikan masalah dari variabel yang diteliti. Instrumen penelitian dalam penelitian ini berbentuk skala. Skala penelitian 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.¹¹

Pada penelitian ini peneliti meneliti tentang “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pemberian Hadiah terhadap Loyalitas Deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar” dan dalam hal ini ada tiga skala yang digunakan, yaitu skala strategi pemasaran, pemberian hadiah, dan loyalitas.

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.¹²

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. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Sangat setuju	= 5	Setuju	= 4
Ragu-ragu / netral	= 3	Tidak setuju	= 2
Sangat tidak setuju	= 1		

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 92.

¹²*Ibid.*, hlm. 132.

Aspek-aspek yang dijadikan dasar dalam pembuatan item adalah sebagai

berikut:

1. Skala Strategi Pemasaran:

- a. Produk
- b. Harga
- c. Tempat
- d. Promosi

Tabel 3.1
Kisi-kisi/Matrik Pengembangan Instrumen Strategi Pemasaran

No.	Nilai	Deskripsi	Indikator	Item	Jumlah
1.	Produk	Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.	a. Kualitas produk. b. Desain produk. c. Gaya dan mode masa kini. d. Garansi produk.	1 s/d 4	3
2.	Harga	Nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu.	a. Potongan harga. b. Penetapan harga. c. Keterjangkauan harga. d. Cara dan syarat pembayaran.	5 s/d 9	4
3.	Tempat	Sesuatu yang dipakai untuk menaruh, menyimpan, dan meletakkan. Wadah tersedia untuk melakukan sesuatu.	a. Kestrategisan daerah untuk menjangkaunya. b. Mudah untuk menemukannya.	10 s/d 11	2
4.	Promosi	Kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.	a. Iklan melalui media. b. Adanya promosi penjualan, misalnya pemberian hadiah, bonus dan kupon. c. Penjualan tatap muka. d. Penjualan via telepon.	12 s/d 14	3

Sumber: Hasil penelitian 2016 (Data diolah)

2. Skala Hadiah

- a. Pemberian
- b. Deposan

Tabel 3.2
Kisi-kisi/Matrik Pengembangan Instrumen Hadiah

No.	Nilai	Deskripsi	Indikator	Item	Jumlah
1.	Pemberian	Menyerahkan atau membagikan sesuatu.	a. Menyerahkan barang yang sifatnya tahan lama atau tidak. b. Sesuatu yang diberikan sesuai keinginan dari nasabah. c. Rasa senang dan terima kasih.	15 s/d 17	3
2.	Deposan	Penyimpanan uang di bank secara deposito.	a. Nasabah deposito prioritas. b. Nasabah deposito yang mengikuti program hadiah yang diselenggarakan oleh pihak perbankan.	18 s/d 19	2

Sumber: Hasil penelitian 2016 (Data diolah)

3. Skala Loyalitas

- a. Kepercayaan
- b. Ikatan emosional
- c. Biaya pengalihan
- d. Perilaku publisitas
- e. Bekerjasama

Tabel 3.3
Kisi-kisi/Matrik Pengembangan Instrumen Loyalitas

No.	Nilai	Deskripsi	Indikator	Item	Jumlah
1.	Kepercayaan	Aanggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.	a. Yakin kepada pihak perbankan. b. Harapan dan keyakinan nasabah akan kejujuran dan kebaikan pihak perbankan.	20 s/d 21	2

2.	Ikatan emosional	Hubungan yang menyentuh atau mengharukan perasaan.	a. Keadaan dan reaksi psikologis dan fisiologis (seperti gembira, kecintaan).	22 s/d 24	3
3.	Biaya pengalihan	Uang yang dikeluarkan sekali ketika berpindah dari satu provider ke provider yang lain.	a. Hasil dari kebutuhan untuk mendesain atau memformulasikan ulang sebuah produk. b. Mengikat nasabah pada satu bank atau provider saja yang akan menjaga mereka dari pesaing.	25	1
4.	Perilaku publisitas	Perbuatan atau sesuatu yang dilakukan seseorang dalam bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang dan jasa secara non personal yang mana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu.	a. Informasi yang diberikan lebih banyak dan lebih terperinci. b. Tingkat kebenaran atau kepercayaan yang tinggi, pemberitaan publisitas dianggap sebagai suatu yang benar dan dapat lebih dipercaya, tidak bersifat memihak. c. Tidak disadari adanya maksud promosi yang sebenarnya. Pesan yang disampaikan kepada nasabah dalam bentuk berita bukan sebagai pesan komunikasi untuk maksud penjualan. d. Penggambaran produk di bank dalam bentuk cerita yang jelas.	26 s/d 28	3
5.	Bekerjasama	Kegiatan melakukan sesuatu bersama antara orang per orang atau kelompok manusia untuk mencapai tujuan yang sama.	a. Kerjasama dilakukan oleh sebuah tim lebih efektif daripada kerja secara individual. b. Tanggung jawab secara bersama-sama menyelesaikan pekerjaan. c. Saling berkontribusi baik tenaga maupun pikiran. d. Mengerahkan kemampuan secara maksimal. e. Kepercayaan dan kejujuran anggota tim dalam melakukan pekerjaan bersama. f. Kekompakan. g. Efektivitas kerja.	29 s/d 34	6

Sumber: Hasil penelitian 2016 (Data diolah)

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas dapat didefinisikan sebagai kesepakatan antara nilai tes atau pengukuran kualitasnya yang dipercaya untuk mengukur.¹³ Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar 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. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid. Uji validitas menggunakan teknik korelasi Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:¹⁴

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

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi product momen

n = jumlah subjek

x = jumlah skor item

y = jumlah skor total

¹³Robert M. Kaplan dan Dennis P. Saccuzzo, *Pengukuran Psikologi: Prinsip, Penerapan, dan Isu* terj. Eko Prasetyo Widodo, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hlm. 133.

¹⁴V. Wiratna Sujawerni dan Poly Endrayanto, *Statistika untuk Penelitian, op. cit.*, hlm. 177.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.¹⁵

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel dengan rumus sebagai berikut.¹⁶

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

Σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians totala

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dibutuhkan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu model regresi yang akan dipakai sebagai penjelas bagi pengaruh antar variabel. Model regresi yang digunakan adalah model regresi linear berganda (*multiple regression*). Pengujian asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 186.

¹⁶*Ibid.*

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal baik secara multivariat maupun univariat, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratio skewness value* sebesar 2,58 pada tingkat signifikansi 99%. Data mempunyai distribusi normal jika nilai *critical ratioskweness* dibawah harga mutlak $\pm 2,58$. Uji normalitas menggunakan metode univariate (kecondongan) dan indeks kurtosis univariat tinggi-datar. Data dikatakan memenuhi syarat normalitas jika koefisien indeks skew univariat dan indeks kurtosis multivariat berada diantara 0 sampai dengan $\pm 2,58$.¹⁷

Uji normalitas dimaksudkan juga untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal, ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, diantaranya: dengan kertas peluang normal, uji chi-kuadrat, uji liliefors, dengan teknik kolmogrovsmirnov, dan dengan SPSS.¹⁸

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas yang kuat/tinggi.

¹⁷Ma'ruf Abdullah, *op. cit.*, hlm. 322.

¹⁸*Ibid.*

Untuk menguji adanya kolinearitas ganda digunakan uji VIF dan tolerance. Dimana *varians inflation factors* (VIF) < 5.¹⁹

3) Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan nilai absolut residual terhadap variabel bebas dengan persamaan berikut:

Apabila nilai sig diatas nilai alpha (5%) atau 0,05 maka terbebas dari heterokedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Prasyarat analisis Autokorelasi artinya persyaratan ini menginginkan model yang digunakan secara tepat menggambarkan rata-rata variabel terikat dalam setiap observasi. Dengan formulasi $dl < DW < du$.²⁰ Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika:

¹⁹Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 63.

²⁰*Ibid*, hlm. 63.

- a). Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b). Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi positif
- c). Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh mendukung atau tidak hipotesis yang diajukan. Berikut adalah terhadap hipotesis yang diajukan:

1) Uji Regresi Linier Berganda

Mengenai alat analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, yaitu kajian terhadap hubungan satu variabel yang diterangkan dengan dua atau lebih variabel yang menerangkan.

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

Dimana :

Y = loyalitas depositan

a = konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika suatu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X).

X_1 = strategi pemasaran

X_2 = pemberian hadiah

e = kesalahan prediksi

2) Uji F atau Uji Simultan

Pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis uji F : $H_0 = b_1 = 0$, variabel independen secara simultan tidak signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen. $H_a = b_1 \neq 0$, variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan berdasarkan probabilitas, jika tingkat signifikannya $(\alpha) > 0,05$ maka semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan variabel dependen. Jika tingkat signifikannya $(\alpha) < 0,05$ maka semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perubahan nilai variabel dependen.

3) Uji T atau Uji parsial

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dilakukan uji t atau *t-student*.

Hipotesis uji t : $H_0 = b_1 = 0$, masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel independen. $H_a = b_1 \neq 0$, masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan *degree of freedom* (dk): $n - k$, maka diperoleh nilai t. Langkah selanjutnya adalah membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Apabila jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh

signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.

I. Teknik Pengolahan Data Dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini memiliki tahapan sebagai berikut.

a. Editing

Editing adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai mengumpulkan data dilapangan.²¹ Peneliti melakukan pemeriksaan kejelasan dan ketepatan data yang diperoleh dari jawaban angket, wawancara, dan dokumentasi agar tidak terjadi kesalahan, kecacatan, dan keragu-raguan, serta memastikan data tersebut lengkap dan dapat digunakan.

b. Coding

Langkah selanjutnya adalah pengkodean atau melakukan pengklasifikasian data (melakukan tahapan koding).²² Dengan kata lain hasil jawaban responden yang telah diteliti diklasifikasikan menurut macamnya dengan cara memberikan kode pada setiap data.

²¹Ma'ruf Abdullah, *op. cit.*, hlm. 273.

²²*Ibid.*, hlm. 275.

c. *Scoring*

Data yang telah diklasifikasikan diberikan skor pada setiap jawaban. Item pernyataan dalam penelitian ini mempunyai lima alternatif jawaban dengan pemberian skor sebagai berikut.

Sangat Setuju	(SS)	diberi skor	5
Setuju	(S)	diberi skor	4
Netral	(N)	diberi skor	3
Tidak Setuju	(TS)	diberi skor	2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	diberi skor	1

d. *Tabulating*

Tabulasi adalah kegiatan terakhir dari pengolahan data, maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.²³ Peneliti memasukkan dan menyusun skor-skor jawaban responden ke dalam tabel dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan:

P = prosentase

f = frekuensi (jumlah jawaban responden)

n = *number of cases* (jumlah responden)

²³*Ibid.*, hlm. 276.

e. Interpretasi Data

Data yang telah disusun secara sistematis dalam tabel diberikan makna dengan kriteria sebagai berikut.

- i. 80% - 100% = sangat tinggi
- ii. 60% - 80% = tinggi
- iii. 40% - 60% = sedang
- iv. 20% - 40% = rendah
- v. 0% - <20% = sangat rendah

2. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik, dimana digunakan untuk menganalisis data berupa angka-angka. Angka-angka tersebut terlebih dahulu ditabulasi, kemudian untuk mengetahui persentasenya, maka dianalisis dengan rumus *mean* dan standar deviasi (SD) sebagai berikut.

$$\text{Mean} = \frac{\sum fx}{n}$$

Keterangan:

$\sum fx$ = jumlah nilai yang sudah dikalikan masing-masing

n = jumlah subjek

$$SD = \frac{1}{n} \sqrt{(n)(\sum fx^2) - (\sum fx)^2}$$

Keterangan:

SD = deviasi standar yang dicari

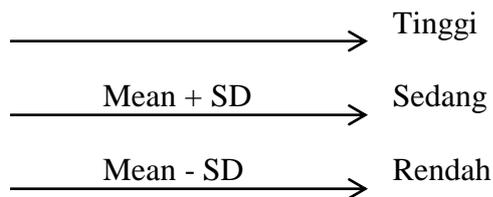
n = jumlah frekuensi

1 = bilangan konstan (yang tidak boleh diubah-ubah)

$\sum fx^2$ = jumlah hasil perkalian antara frekuensi tiap-tiap skor (f) dengan skor yang telah dikuadratkan terlebih dahulu

$(\sum fx)^2$ = kuadrat jumlah hasil perkalian antara frekuensi tiap-tiap skor (f) dengan masing-masing skor yang bersangkutan (x)

Dari hasil rumus *mean* dan standar deviasi (SD) tersebut kemudian ditentukan tingkatnya dalam tiga tingkatan, yaitu tinggi, sedang atau rendah dengan patokan sebagai berikut.



Selanjutnya, hipotesis dianalisis untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. Dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian untuk mengetahui hubungan dua variabel, maka rumus yang digunakan adalah korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut.

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

N = jumlah subjek

X = jumlah skor item

Y = jumlah skor total

J. Prosedur Penelitian

Dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini ditempuh beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Tahap Pendahuluan

- a. Peneliti melakukan observasi awal ke lokasi penelitian dan wawancara kepada pegawai bank.
- b. Menentukan variabel, rumusan masalah, dan tujuannya untuk dibuat ke dalam proposal penelitian.
- c. Berkonsultasi ke dosen pembimbing terkait proposal penelitian agar mendapat persetujuan untuk diseminarkan.

2. Tahap Persiapan

- a. Konsultasi proposal yang telah diseminarkan untuk perbaikan seperlunya.
- b. Menentukan indikator untuk membuat instrumen penelitian.
- c. Membuat surat riset penelitian dari fakultas kemudian diajukan kepada pihak bank.

3. Tahap Pelaksanaan

- a. Membagikan angket kepada responden, wawancara kepada para informan, mencatat dokumen-dokumen dan observasi ke lokasi penelitian untuk mengambil data.
- b. Mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dengan menggunakan *software SPSS for Windows Release 22*.

4. Tahap Penyusunan Laporan

- a. Laporan hasil penelitian disusun secara sistematis kemudian meminta koreksi dan persetujuan dari dosen pembimbing yang ditandai dengan surat persetujuan munaqasyah skripsi.
- b. Laporan hasil penelitian diperbanyak untuk keperluan persyaratan munaqasyah skripsi.
- c. Laporan hasil penelitian siap diujikan dan dipertahankan pada saat munaqasyah skripsi di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.