

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di BTN KCPS Kalimas pada Bulan Febuari 2023 sampai dengan Juni 2023, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	Februari-23				Maret-23				April-23				Mei-23				Juni-23				Juli-23				Agustus-23			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																											
2	Pengajuan izin penelitian	■	■																										
3	Persiapan Instrumen			■	■	■	■	■	■																				
4	Pengumpulan Data									■	■	■	■																
5	Pengolahan Data												■	■	■	■													
6	Analisis Dan Evaluasi														■	■	■	■	■	■									
7	Penulisan Laporan																				■	■	■	■	■	■	■	■	
8	Seminar Hasil Penelitian																										■		

Sumber : Rencana Penelitian, (2023)

### 3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2021:16).

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Banyak para ahli menjelaskan pengertian mengenai populasi. Salah satunya Sugiyono, (2021:126) mengatakan bahwa :

“populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Maka ke simpulannya populasi bukan

hanya perihal orang saja melainkan bisa berupa suatu objek dan benda – benda alam lain, populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek dan subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek ataupun objek tersebut.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah PT. Bank Tabungan Negara KCPS Kalimas, untuk jumlah populasi dapat dilihat berdasarkan pengamatan observasi sekitar 100 nasabah, bisa naik atau bisa turun oleh sebab itu maka penelitian ini akan menggunakan angka 100 sebagai populasi penelitian.

### **2.1.9. Sampel**

Menurut Sugiyono (2021:127) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. 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. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)”.

Menurut Arikunto (2019:104) apabila populasi yang diteliti kurang dari 100 orang atau lebih maka sampel yang diambil adalah sebesar 10-15% tergantung hal-hal berikut :

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana
- b. Sempit luasnya pengamatan dari setiap subjek, karna hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), biasanya 5%

Sumber : Sugiyono (2021:137)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak :

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0.05)^2} = 171 \text{ nasabah}$$

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono (2021:296)

"Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari setting-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di sekolah dengan tenaga pendidikan dan kependidikan, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila di lihat dari sumber datanya maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan) *interview* (wawancara) kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan ke empatnya".

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, contoh lewat dokumen, Adapun beberapa Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi :

- 1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

## 2 *Interview* (Wawancara)

Selain menggunakan kuesioner, penulis juga menggunakan teknik interview. (wawancara). Hal ini penulis lakukan dalam rangka melakukan studi pendahuluan misalnya untuk menentukan permasalahan yang akan diteliti, mengetahui hal lain dan responder secara lebih mendalam dan lain sebagainya. Adapun bentuk interview yang penulis lakukan adalah interview terbuka, artinya penulis tidak membatasi jawaban yang harus dikemukakan oleh responden.

## 3 Observasi (Pengamatan)

Teknik pengumpulan data lainnya yang digunakan adalah observasi Hal ini dilakukan dengan cara mengamati berbagai obyek tanpa melakukan komunikasi secara langsung Teknik penulis gunakan saat penulis hendak mengetahui tentang perilaku responden proses kerja, gejala yang muncul atas perilaku responden dan lain sebagainya.

### **3.5. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

#### **3.5.1. Variabel Bebas**

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering

disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas produk, promosi dan harga yang penulis definisikan sebagai berikut :

1. Promosi (X1)

Menurut Satriadi, dkk (Rambat Lupiyoadi, 2021:94) Promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Promosi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator promosi menurut Satriadi, dkk (2021:93) yaitu :

1. Periklanan (*Advertensi*)
2. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*).
3. Promosi Penjualan (*sales promotion*).
4. Publisitas (*publicity*).

### **3.5.2. Variabel Terikat**

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Kotler dan Armstrong (2018:158) menyatakan bahwa perilaku keputusan pembelian konsumen lebih berfokus pada proses pembelian barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen akhir baik secara sendiri maupun rumah tangga yang digunakan untuk penggunaan secara pribadi. Indikator meningkatkan jumlah nasabah sebagai berikut :

1. Karyawan harus menarik atau berpenampilan rapih
2. Cepat tanggap terhadap keinginan nasabah atau konsumen
3. Ruang tunggu yang tenang dan nyaman
4. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan produk
5. Keragaman dan kelengkapan produk.

**Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel**

No.	VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR
1.	Promosi ( X1)	Menurut Satriadi, dkk (2021:93) Promosi merupakan sebuah proses dalam memberikan informasi, membujuk sampai mempengaruhi proses pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk atau jasa kepada konsumen. Tujuan promosi secara umum untuk meningkatkan volume penjualan pada suatu produk atau jasa tersebut	5. Periklanan (Advertensi) 6. Penjualan Pribadi (Personal Selling). 7. Promosi Penjualan (sales promotion). 8. Publisitas (publicity).
2.	Peningkatan Jumlah nasabah (Y)	Menurut Ance Marsheres (2019:16) adalah suatu proses untuk menaikkan atau penambahan jumlah pengguna jasa atau pembeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Jadi dengan meningkatnya jumlah nasabah pada suatu perusahaan maka akan semakin berkembang pula perusahaan tersebut.	1. Kepuasan 2. Kenyamanan bertransaksi 3. Informasi yang disampaikan teman atau saudara 4. Fasilitas pelayanan

Sumber : Kampus Terkait, (2023)

## 2.6. Teknik Analisa Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari setting-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural setting), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di sekolah dengan tenaga pendidikan dan kependidikan, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Sugiyono (2021:296).

### 3.6.1. Persamaan Regresi Sederhana

Metode regresi linier sederhana adalah suatu metode analisis yang dipengaruhi untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variable dependen dengan persamaan umum regresi linier sederhana dengan rumus sebagai berikut :

$$Y=a+Bx$$

Keterangan :

X : variabel independen yaitu promosi

Y : variabel dependen yaitu jumlah nasabah

a : konstanta yaitu nilai Y bila X= 0

b : koefisien regresi yaitu perubahan pada Y jika X berubah atau satuan.

Sumber : Sugiyono (2021:252).

### 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 1 uji asumsi klasik saja yaitu: uji Autokorelasi.

#### 1. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Deteksi adanya autokorelasi dengan melihat besaran durbin watson yang secara umum Untuk menguji autokorelasi dengan menggunakan nilai dari Durbin-Watson (DW). Dikatakan bebas autokorelasi apabila nilai Durbin-Watson (DW) berada diantara DU dan 4-DU. Sumber : Sugiyono (2021:252).

### 3.6.3. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (uji parsial).

#### 1. Uji Serempak/Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$f_{hitung} = \frac{R^2 | k}{(1 - R^2) | (n - k - 1)}$$

Keterangan :

$F_{hitung}$  = Nilai F yang dihitung

$R_2$  = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel Sumber: Unaradjan (2013:207)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut :

$H_0 : \beta_i = 0$  ; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_a : \beta_i \neq 0$  ; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F. Variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf  $\alpha = 0.05$  dengan ketentuan :

- a.  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa produk, promosi dan harga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli
- b.  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa secara produk, promosi dan harga bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ) yang berarti bahwa bila  $R^2 = 0$  berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila  $R^2$  mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (Uji t) Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan:

$t_{hitung}$  = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber: Arikunto dalam Widayat (2008:73)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a.  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

b.  $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$  pada taraf nyata 5% ( $\alpha 0,05$ ) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a.  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak Artinya variabel ekuitas merek, diskon harga dan wiraniaga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.
- b.  $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima Artinya variabel ekuitas merek, diskon harga dan wiraniaga secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.