

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>41</sup>

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kuantitatif. Metode Kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistika dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah diterapkan.<sup>42</sup> Penelitian ini menghubungkan 3 (tiga) variable, yaitu kualitas produk sebagai variable bebas (dengan notasi statistik X1) dan promosi sebagai varibale bebas (dengan notasi statistik X2), sedangkan minat nasabah produk TabunganKu sebagai variable terikat (dengan notasi Y).

#### B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulanya.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 2.

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 5.

<sup>43</sup> *Ibid.*, hlm. 38.

Variabel-Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas ( *Variabel Independen*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).<sup>44</sup> Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk (X1) dan promosi (X2).

- a. Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

Kualitas produk adalah keunggulan suatu produk yang dalam penggunaannya sesuai dengan manfaatnya, keawetannya, keandalannya, kemudahan penggunaan, dan ketepatan yang dimiliki perusahaan. Adapun dimensi kualitas produk dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas produk dalam bentuk jasa, yaitu ketanggapan, perhatian, jaminan .<sup>45</sup>

Adapun indikator-indikator kualitas produk antara lain:

- 1) Ketanggapan

Berkenaan dengan ketersediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu/menolong nasabah dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan secara cepat.

---

<sup>44</sup> *Ibid.*, hlm. 39.

<sup>45</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip total quality service*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm.14.

## 2) Perhatian

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah

## 3) Jaminan

Yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para nasabah.

Tabel 3.1 Operasional Variabel Kualias Produk ( $X_1$ )

Variabel	Sub Varibel	Indikator	Skala
Kualitas Produk ( $X_1$ )	ketanggapan	1. Tanggap dalam merespon permintaan nasabah. 2. Kecepatan memberikan informasi.	Interval
	Perhatian	1. Memahami kebutuhan nasabah 2. Penyediaan jasa kerja untuk kebutuhan nasabah.	Interval
	Jaminan	1. Jaminan tabungan sesuai dengan yang diinginkan nasabah. 2. Pengetahuan dan kemampuan pegawai bank mengenai produk tabungan. Kesopansantunan pegawai bank syariah	Interval

b. Promosi ( $X_2$ )

Promosi adalah suatu sarana komunikasi yang dapat mempengaruhi masyarakat agar bersedia menggunakan atau membeli suatu produk yang diciptakan oleh perusahaan. Faktor

yang meliputi promosi yaitu, dimensi periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan langsung.<sup>46</sup>

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sakala
Promosi (X <sub>2</sub> )	Periklanan ( <i>advertising</i> )	1. Iklan melalui media brosur.	Interval
	Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> )	1. Penawaran produk secara lisan. 2. Menawarkan produk secara perorangan.	Interval
	Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> )	1. Gratis biaya Administrasi 2. Fitur produk yang menguntungkan.	Interval
	Publisitas ( <i>Publicity</i> )	1. Informasi produk dari orang lain atau internet.	Interval
	Penjualan Langsung ( <i>Direct Marketing</i> )	1. mempromosikan produk dan jasa	Interval

### c. Pelayanan

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (nasabah). Pelayanan juga berarti setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, dan menyenangkan dan bermanfaat bagi orang lain. Pelayanan nasabah adalah serangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara lengkap ataupun tidak langsung.

<sup>46</sup> Sofjan Assyauri, *Manajemen Pemasaran*, hlm.264.

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sakala</b>
Pelayanan (X <sub>2</sub> )	Keandalan	1. Kemampuan Untuk Melakukan Pelayanan Sesuai Yang Dijanjikan	Interval
	Ketanggapan	1. Kemampuan Untuk Menolong Pelanggan 2. Ketersediaan Melayani Pelanggan Dengan Baik	Interval
	Bukti Langsung	1. Kondisi Fasilitas Fisik 2. Kondisi Perlengkapan Penunjang	Interval
	Mudah Diperoleh	1. Kemudahan Untuk Mendapatkan Pelayanan	Interval
	Keramahan	1. Sopan Santun Karyawan Dalam Menghadapi Pelanggan 2. Pelayanan Yang Diberikan Dapat Dipercaya Pelanggan	Interval
	Keamanan	1. Jaminan Keamanan Bagi Pelanggan	Interval
	Memahami Pelanggan	1. Memahami Pelanggan Dengan Baik	Interval
	Komunikasi	1. Kemampuan Dalam Berkomunikasi Dengan Lancar, Benar Dan Meyakinkan	Interval

2. Variabel Terikat (*Variabel Dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>47</sup>

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat nasabah TabunganKu (Y).

Minat nasabah adalah keinginan atau ketertarikan nasabah untuk mengikuti hal yang telah ditetapkan atau ditawarkan oleh suatu perusahaan. Adapun Indikator-indikator minat nasabah yaitu ketertarikan, keinginan, dan keyakinan.

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Minat Nasabah (Y)	ketertarikan ( <i>Interest</i> )	1. Tertarik dengan produk bank syariah 2. Merasa senang dengan produk bank syariah	Interval
	Keinginan ( <i>Desire</i> )	1. Keinginan menggunakan produk bank syariah 2. Dorongan untuk menggunakan produk bank syariah	Interval
	Keyakinan ( <i>Conviction</i> )	1. Keyakinan terhadap kualitas produk bank syariah 2. Informasi produk bank syariah	Interval

### C. Populasi dan Sample

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.*, hlm 39.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah TabunganKu IB di BPRS Al-Madinah Kota Tasikmalaya, yaitu berjumlah 4046 orang.

## 2. Sampel

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>48</sup> Pengambilan sample ini ditentukan dengan metode *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Penentuan sampel juga dicari menggunakan metode slovin.

Penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% seperti dibawah ini:<sup>49</sup>

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = populasi

e = presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

$$\begin{aligned} n &= \frac{4046}{1 + 4.046 \cdot (0,1^2)} \\ &= 97,58 \end{aligned}$$

<sup>48</sup> *Ibid.*, hlm. 81.

<sup>49</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Peneltian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2018), hlm. 65.

Dibulatkan menjadi 100, dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 orang.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:<sup>50</sup>

##### **1. Observasi**

Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi terus terang. Observasi terus terang dalam hal ini, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa peneliti sedang melakukan penelitian, sehingga sumber data mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti.<sup>51</sup>

##### **2. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus di teliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden nya sedikit / kecil.<sup>52</sup>

##### **3. kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 312-316.

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hlm. 145.

<sup>52</sup> *Ibid.*, hlm. 224.

kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>53</sup> Peneliti menyampaikan kuesioner tersebut kepada responden yang kemudian diisi oleh responden. Yaitu nasabah TabunganKu IB

### E. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner atau angket yang berisi pernyataan-pernyataan dengan menggunakan skala *likret*. Skala *likret* 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.<sup>54</sup>

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian untuk Mengukur Pengaruh kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Pada Produk TabunganKu IB di BPRS Al Madinah Kota Tasikmalaya.

Variabel	Indikator	No.Item	Jumlah
	1. Fasilitas perlengkapan, dan peralatan (teknologi) produk tabungan.	1,2,14	3
	2. Memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat serta keamanan transaksi.	4,6	2
	3. Pegawai bank melayani nasabah dengan cepat, tepat, dan memberikan informasi yang jelas kepada nasabah.	3,5,7	3

<sup>53</sup> *Ibid.*, hlm. 142.

<sup>54</sup> *Ibid.*, hlm. 93.

Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	4. Bank memberikan jaminan tabungan sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah, serta pegawai bank memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam menanggapi keluhan nasabah.	8,9,10	3
	5. Keramahan pegawai bank kepada nasabah.	11,12	2
	6. Usaha bank untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.	13,15	2
Promosi (X <sub>2</sub> )	1. Iklan melalui media brosur.	1,2	2
	2. Penawaran produk secara lisan.	3,4	2
	3. Menawarkan produk secara perorangan	5,6	2
	4. Gratis biaya administrasi	7,8	2
	5. Fitur produk yang menguntungkan	9,10	2
	6. Informasi produk dari orang lain atau internet.	11,12	2

Minat pada produk TabunganKu IB (Y)	1. Tertarik dengan produk bank syariah	1,2	2
	2. Merasa senang dengan produk bank syariah	3,4	2
	3. Keinginan menggunakan produk bank syariah	5,6	2
	4. Dorongan untuk menggunakan produk bank syariah	7,8	2
	5. Keyakinan terhadap kualitas produk bank syariah	9,10	2

	6. Informasi produk bank syariah	11,12	2
--	----------------------------------	-------	---

Pernyataan yang ada pada angket dan kuesioner yaitu pernyataan positif, maka penilaiannya adalah sebagai berikut.<sup>55</sup>

#### **Notasi, Nilai atau Prediksi Masing-masing Pilihan untuk Pernyataan Positif**

<b>Nilai</b>	<b>Kriteria Jawaban Variabel (X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>)</b>	<b>Kriteria jawaban Variabel</b>
5	Sangat Setuju	Sangat Setuju
4	Setuju	Setuju
3	Ragu-ragu	Ragu-ragu
2	Tidak Setuju	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

#### **1. Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa seharusnya yang diukur.<sup>56</sup> Validitas instrumen dilakukan dengan mengkolerasikan antara skor yang diperoleh tiap butir pertanyaan dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari semua skor pertanyaan dan pernyataan.

#### **2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

<sup>55</sup> *Ibid.*

<sup>56</sup> *Ibid.*, hlm. 121.

Criteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach'*  $\alpha > 0,60$ .<sup>57</sup>

## **F. Uji Persyaratan Analisis**

### **1. Uji Asumsi Dasar**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk di analisis dengan menggunakan statistik parametrik atau non parametrik. Melalui uji ini sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak normal.<sup>58</sup> Dalam penelitian ini uji normalitas dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS melalui *Kolmogrov Smirnov*. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.

#### **b. Uji Linearitas**

Uji yang dilakukan ini untuk melihat spesifikasi model yang digunakan benar atau tidak. Melalui uji ini akan diperoleh informasi model empiris sebaiknya linier, kuadran atau kubik. Untuk melakukan uji ini harus membuat asumsi atau keyakinan bahwa fungsi yang benar adalah fungsi linier. Tujuan dari uji linieritas untuk mengetahui dua variabel yang mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan.<sup>59</sup> Uji linearitas ini dilakukan yang pertama dengan uji membandingkan nilai

---

<sup>57</sup> *Ibid.*

<sup>58</sup> Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Ed. Ke-2 (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 278.

<sup>59</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), hlm. 56.

signifikansi 0,05 dan yang kedua dengan membandingkan F hitung dengan F tabel.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>60</sup> Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 17 dengan menggunakan VIF. Jika nilai VIF yang dihasilkan antara 1-10, maka tidak terjadi Multikolinieritas.<sup>61</sup>

### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Pada regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pada penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan metode uji Glejser.<sup>62</sup> Pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser yaitu

---

<sup>60</sup> Sumanto, Statistika Terapan, (Yogyakarta: Capital Caps, 2014), hlm. 148.

<sup>61</sup> V Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian...*, hlm. 185.

<sup>62</sup> Dwi Priatno, *Panduan Praktis olah Data Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hlm.79.

meregresikan variabel independen dengan absolut residualnya. Jika pada uji t nilai signifikansi antara variabel independen dengan abosulut residual didapat lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>63</sup>

### c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbins-Watson (Dw test).<sup>64</sup> Adapun pengambilan keputusan pada uji Durbins-Watson sebagai berikut:<sup>65</sup>

- 1)  $DU < DW < 4 - DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya tidak terjadi autokolerasi.
- 2)  $DW < DL$  atau  $DW > 4 - DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokolerasi
- 3)  $DL < DW$  atau  $4 - DU < DW < 4 - DL$ , artinya tidak ada kesimpulan atau kepastian yang pasti.

Nilai DU dan DL dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson.

---

<sup>63</sup> *Ibid.*

<sup>64</sup> *Ibid., hlm. 123.*

<sup>65</sup> *Ibid.*

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.<sup>66</sup>

### 1. Deskripsi Data

Deskripsi data digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Termasuk dalam statistic deskriptif antara lain adalah pengujian data melalui table, grafik, diagram lingkaran, pictogram perhitungan modus, median mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase.

### 2. Pengujian Hipotesis

#### a. Penentuan Hipotesis

##### 1. Hipotesis 1 ( $X_1 \rightarrow Y$ )

$H_{o1} : \rho = 0$ ; Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Minat pada Produk TabunganKu IB (Y).

$H_{a1} : \rho \neq 0$ ; Terdapat pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Minat pada Produk TabunganKu IB (Y).

##### 2. Hipotesis 2 ( $X_2 \rightarrow Y$ )

---

<sup>66</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Batu Press, 2014), hlm. 103.

$H_{02} : \rho = 0$ ; Tidak terdapat pengaruh Promosi ( $X_2$ ) terhadap Minat pada produk TabunganKu IB (Y).

$H_{02} : \rho \neq 0$ ; Terdapat pengaruh Promosi ( $X_2$ ) terhadap Minat pada Produk TabunganKu IB (Y).

3. Hipotesis 3 ( $X_1$  dan  $X_2 \rightarrow Y$ )

$H_{03} : \rho = 0$ ; Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Minat pada Produk TabunganKu IB (Y).

$H_{03} : \rho \neq 0$ ; Terdapat pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Minat pada Produk TabunganKu IB (Y).

4. Hipotesis 4 ( $X_1, X_2, X_3 \rightarrow Y$ )

$H_{04} : \rho = 0$ ; Tidak terdapat pengaruh Pelayanan ( $X_4$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Minat pada Produk TabunganKu IB (Y).

$H_{04} : \rho \neq 0$ ; Terdapat pengaruh Kualitas Produk ( $X_4$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Minat pada Produk TabunganKu IB (Y).

**b. Uji Hipotesis**

Untuk menguji hipotesis 1, 2 dan 3 maka teknik analisa data yang bisa digunakan adalah sebagai berikut:

1) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah salah satu metode statistika yang digunakan untuk menjelaskan adanya hubungan antara satu variabel bebas (independen) dengan satu variabel respon (dependen),

dimana hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel respon dianggap bersifat “*linear*”.<sup>67</sup>

## 2) Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual menerangkan variasi dependen. Dengan kata lain yang dimaksud adalah apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, artinya variabel tersebut merupakan penjekas yang signifikan terhadap dependen.<sup>68</sup>

## 3) Uji Korelasi Parsial

Korelasi parsial digunakan untuk menganalisis bila peneliti bermaksud mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan antara variabel independen dan ependen, dimana salah satu variabel independennya dibuat tetap/dikendalikan. Jadi korelasi parsial merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubuungan antara dua variabel atau lebih, setelah satu variabel yang diduga dapat mempengaruhi hubungan variabel tersebut tetap/dikendalikan.<sup>69</sup> Korelasi sederhana dalam penelitian ini menunjukkan hubungan masing-masing antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Minat Nasabah TabunganKU IB ( $Y$ ).

---

<sup>67</sup> Dewi Sri Susanti, dkk, Analisis Regresi dan Korelasi, (Purwokerto: CV IRDH, 2016), hlm. 8.

<sup>68</sup> E Caroline, Metode Kuantitatif, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 43.

<sup>69</sup> Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 235.

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

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi ( $R^2$ ).

Koefisien determinasi adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen ( $x$ ) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen ( $y$ ). Dengan kata lain, variabel  $y$  dapat dijelaskan oleh variabel  $x$  sebesar  $r^2\%$  dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Variabel  $y$  lainnya (sisanya) disebabkan oleh faktor lain yang mempengaruhi  $y$  dan sudah termasuk dalam kesalahan pengganggu (*disurbance error*).<sup>70</sup>

Sedangkan untuk menguji hipotesis empat maka teknik analisa data yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### 1) Uji Regresi Ganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).<sup>71</sup> Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas terhadap Minat Nasabah TabunganKU IB ( $Y$ ) sebagai variabel terikat.

---

<sup>70</sup> Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, Analisis Regresi : Dasar dan Penerapannya dengan R, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 45.

<sup>71</sup> Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian..., hlm. 275

## 2) Uji Korelasi Ganda

Korelasi ganda (multiple correlation) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen.<sup>72</sup> Korelasi ganda dalam penelitian ini menunjukkan hubungan secara bersama-sama antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Minat Nasabah TabunganKU IB (Y).

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

Dalam data analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien ( $r^2$ ). Koefisien ini dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variabel independen.<sup>73</sup> Maka untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas produk, pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk TabunganKu IB di BPRS Al Madinah Kota Tasikmalaya dapat dicari dengan menggunakan koefisien determinasi yang kemudian nantinya akan diolah melalui aplikasi SPSS.

## H. Tempat Dan Jadwal Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini lembaga yang dijadikan tempat penelitian ini lembaga

---

<sup>72</sup> Ibid., hlm. 232

<sup>73</sup> Ibid., hlm. 231.

yang dijadukan tempat penelitian adalah BPRS Al Madinah Kota Tasikmalaya yang berlokasi di Jl. Sutisna Senjaya No.99 Cikalang, Kec.Tawang, Tasikmalaya.

## 2. Waktu Penelitian

Tabel 3.2 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2022/2023					
		Des	Jan	Feb	Juni	Juli	Agustus
1.	SK Judul						
2.	Pembuatan Proposal Penelitian						
3.	Seminar Usulan Penelitian						
4.	Pelaksanaan: studi pendahuluan observasi objek pengolahan data						
5.	Pelaporan: penyusunan laporan laporan hasil skripsi						
6.	Sidang Skripsi						