

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian adalah anggota Majelis Taklim yang ada di kota Padang yang menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. Dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada nasabah.

Objek penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pengaruh word of mouth, brand image, dan trust terhadap keputusan nasabah menggunakan produk BSI di kota Padang.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena bertujuan untuk mengukur serta menganalisis data dalam bentuk angka yang dikumpulkan dari responden. Melalui metode kuantitatif, peneliti dapat menguji hipotesis dan mengidentifikasi hubungan antar variabel dengan bantuan teknik statistik.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah bagian dari penelitian yang menjelaskan bagaimana suatu variabel diukur. Variabel penelitian merupakan suatu konsep

yang memiliki beragam nilai, dan dapat diartikan sebagai himpunan logis dari dua atau lebih atribut. Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan instrumen, yaitu sejumlah pernyataan yang dirancang untuk memperoleh data mengenai penggunaan produk Bank Syariah Indonesia. Variabel merupakan suatu konstruk atau karakteristik yang menjadi objek kajian. Dengan demikian, peneliti dapat memahami cara mengukur variabel yang dikembangkan berdasarkan suatu konsep melalui indikator-indikator yang dirumuskan dalam bentuk kuesioner.³²

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Keputusan Nasabah Menggunakan Produk BSI (Y)	Pengambilan keputusan nasabah sebagai proses integratif yang menggunakan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih kemungkinan dan memilih salah satunya	1.Pengenalan kebutuhan/masalah 2.Pencarian informasi 3.Evaluasi alternatif 4.Keputusan penggunaan produk 5.Perilaku pasca pembelian/menjadi nasabah
Word Of Mouth (X1)	Komunikasi dari mulut ke mulut adalah bentuk komunikasi antar individu mengenai suatu produk,	1.Kemauan untuk Merekomendasikan.

³² Andi Fitriani Djollong, “Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research),” *Istiqra’* 2, no. 1 (2021): 86–100.

	layanan, atau merek yang terjadi secara informal.	2.Kesediaan Membicarakan Produk. 3.Memberikan Informasi Positif. 4.Diskusi Produk di Lingkungan.
Brand Image (X2)	Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman, kesan, dan pengetahuan mereka tentang merek tersebut.	1.Kekuatan Asosiasi Merek. 2.Keunikan Asosiasi Merek. 3.Kesesuaian Asosiasi Merek (Relevansi). 4.Reputasi dan Kredibilitas Merek. 5.Kesan Emosional atau Simbolik.
Trust (X3)	Atau kepercayaan dalam konteks pemasaran dan perilaku konsumen adalah keyakinan konsumen bahwa suatu pihak (seperti merek, perusahaan, atau penjual) akan memenuhi janji, bersikap jujur, dan tidak mengambil keuntungan sepihak. Kepercayaan menjadi dasar penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara	1.Reliabilitas. 2. Integritas. 3.Kompetensi. 4.Niat Baik. 5. Keamanan.

	konsumen dan penyedia produk atau jasa.	
--	---	--

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi memegang peran penting dalam suatu penelitian karena menjadi sumber utama informasi yang dibutuhkan. Populasi dapat diartikan sebagai seluruh elemen yang terlibat dalam penelitian, baik objek maupun subjek, yang memiliki ciri dan karakteristik tertentu. Secara umum, populasi mencakup semua anggota suatu kelompok-baik manusia, hewan, peristiwa, maupun benda-yang berada dalam satu lingkungan dan menjadi dasar penarikan kesimpulan penelitian.³³ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Padang yang menggunakan produk dari Bank Syariah Indonesia.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah keseluruhan dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, atau dapat dikatakan sebagai bagian dari populasi itu sendiri.³⁴ Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang

³³ Rektor Sianturi, "Uji Homogenitas Sebagai Syarat Pengujian Analisis," *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama* 8, no. 1 (2022): 386–97, <https://doi.org/10.53565/pssa.v8i1.507>.

³⁴ 2018 Iyan Nurdiyan Haris, *Uji Persyaratan Analisis, Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering*, 2019, XV.

digunakan adalah non-probability sampling, dengan menggunakan rumus Lemeshow, yaitu rumus yang umum dipakai untuk menentukan jumlah sampel ketika ukuran populasi tidak diketahui secara pasti. Pemilihan sampel sangat memengaruhi sejauh mana hasil penelitian dapat mewakili populasi secara keseluruhan.³⁵ Adapun penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{e^2}$$

Ket:

N = jumlah sampel yang dicari²

Z = skor z pada kepercayaan 90% = 1,64

P = fokus kasus/ maksimal estimasi = 0,5

E = alpha (0.010) atau sampling error 10%

$$n = \frac{1,64^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 67,225$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan untuk memudahkan peneliti adalah 67,225 yang di genapkan menjadi 68 responden.

³⁵ Michelle Lee, Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, and Vincylia Sky, "Pengaruh Perceived Credibility of Consumer, Perceived Image of Consumers Dan Service Quality Dalam Social Marketing Terhadap Minat Beli Produk E-Commerce Shopee," *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 10, no. 2 (2024): 344–49, <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i2.603>.

E. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data, yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden. Metode pengumpulan data dilakukan melalui angket atau kuesioner. Istilah *kuesioner* berasal dari bahasa Latin *questionnaire*, yang berarti serangkaian pertanyaan yang disusun berdasarkan topik tertentu dan ditujukan kepada sekelompok individu untuk memperoleh informasi.³⁶ Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada nasabah yang menggunakan produk dari Bank Syariah Indonesia. Proses pengumpulan data dilakukan berdasarkan jawaban atau respon yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan-pernyataan yang telah disusun oleh peneliti.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah sarana yang digunakan untuk mengukur nilai dari variabel-variabel dalam suatu studi. Banyaknya instrumen yang digunakan disesuaikan dengan jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat lima variabel, yaitu *Word Of Mouth* (X1), *Brand Image* (X2), *Trust* (X3), Keputusan Nasabah Menggunakan Produk BSI (Y). Instrumen yang digunakan berupa kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Untuk mengukur

³⁶ Eugene W. Anderson, "Costumer Satisfaction and Word Of Mout," 2022.

sikap dan persepsi responden, peneliti menggunakan skala Likert, di mana setiap item pertanyaan memiliki nilai tertentu, sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3. 2

daftalampo Skala Liker (Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuisisioner)

NO	Pertanyaan	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

G. Teknik Analisis Data

Proses analisis data penelitian pengelompokan data berdasarkan variable dan jenis responden, pembuatan tabulasi data dari seluruh responden berdasarkan subvariabel, serta melakukan perhitungan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis. Analisis data ini dilakukan setelah pengumpulan data dari seluruh responden dan sumber data lainnya selesai.

Pengelolaan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan aplikasi software yang Bernama SPSS (*Statistic Package For The Social*

Sciences). SPSS adalah aplikasi yang digunakan untuk melakukan analisis statistika tingkat lanjut, analisis data dengan algoritma *machine learning*, analisis string, serta analisis big data yang dapat diintegrasikan untuk membangun platform data analisis. SPSS menyediakan *library* untuk perhitungan statistika dengan antarmuka interaktif yang paling populer di berbagai Universitas, Instansi, dan Perusahaan.³⁷

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini dapat digunakan sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang digunakan adalah tepat dan valid. Sebelum melaksanakan analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis, perlu dilakukan beberapa uji asumsi klasik Tujuannya adalah untuk menentukan apakah model regresi yang digunakan bebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk memastikan kualitas regresi optimal.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data berdistribusikan normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model

³⁷ Joko Widiyanto, *Analisis Data Statistik, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, vol. 7, 2015. h 17

regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan untuk pengujian secara statistik.³⁸

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antara variabel independent. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai Tolerance. Kriteria yang digunakan adalah:³⁹

1. Jika Nilai VF di sekitar 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
2. Jika nilai tolerance $> 0,10$, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi baik tidak terjadi heteroskedastisitas.⁴⁰

³⁸ Dodi Fahmeyzan, Siti Soraya, and Desventri Etmy, "Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi Dengan Menggunakan Skewness Dan Kurtosi," *Jurnal VARIAN* 2, no. 1 (2018): 31–36, <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>.

³⁹ Perdana Echo, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22, Lab Kom Manajemen Fe Ubb*, 2016.

⁴⁰ Nabilah Aulia, Wahyudi Putri, and Ruslianor Maika, "Pengaruh Non-Performing Financing Dan Beban Operasional Pendapatan Operasional Terhadap Profitabilitas (Roa) Bank Bukopin Syariah," *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 7, no. 2 (2024): 720–28, www.kbbukopinsyariah.com.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independent. Dasar analisis yang digunakan dalam uji heterokedastisitas sebagai berikut ; ⁴¹

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebarkan kemudian menyempit), mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Maka
- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. 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 Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut : ⁴²

- 1) $DU \leq DW \leq 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2) $DW \leq DL$ atau $DW \geq 4-DL$ maka H_0 ditolakk, artinya terjadi autokorelasi.
- 3) $DL \leq DW \leq DU$ atau $4-DU \leq DW \leq 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

⁴¹ Joko Widiyanto, Analisis Data Statistik.

⁴² Manotar Tampubolon, "Metode Penelitian Metode Penelitian," *Metode Penelitian Kualitatif* 3, no. 17 (2023): 43, [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf).

2. Analisis Regresi

Model Regresi (Regresi Linear Berganda) Regresi linear berganda dimaksud untuk menguji pengaruh dua variabel atau lebih variabel independent (explanatory) terhadap satu variabel dependen. Model ini mengansumsikan adanya hubungan satu garis lurus atau linear antara variabel dependen dengan masing prediktornya. Regresi ganda digunakan penelitian, bila pneleiti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (Kriterium), bila dua atau lebih variabel independent.⁴³

sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennye minimal 2. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus berikut adalah rumusnya

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_i$$

Dimana :

Y = Keputusan nasabah

α = Konstanta

β_1 -5 = Koefisien regresi variabel independent

X_1 = Pengaruh Word Of Mouth

X_2 = Brand Image

⁴³ Tampubolon.

X_3 = Trust

E = Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial) Dalam suatu pengujian hipotesis, uji parsial (uji statistic t) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Uji parsial adalah suatu nilai yang memberikan kuatnya pengaruh atau hubungan dua variabel dengan salah satu atau variabel X konstan. Prosedur uji statistiknya sebagai berikut : ⁴⁴

1) Rumusan hipotesis mencakup H_0 dan H_a , yaitu :

2) Taraf signifikan (α) misalkan $\alpha = 0,10$

Jika : Jika $\alpha \geq 0,10$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independent dan dependen.

Jika $\alpha \leq 0,10$ maka H_0 dan H_a diterima, yang berarti variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3) $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima

4) $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ maka H_0 diterima, berarti H_a ditolak.

5) Hitung derajat kebebasan (DK) dengan rumus

$$DF = n - k - 1$$

Dimana :

n = jumlah sampel

⁴⁴ Aulia, Putri, and Maika, "Pengaruh Non-Performing Financing Dan Beban Operasional Pendapatan Operasional Terhadap Profitabilitas (Roa) Bank Bukopin Syariah."

k = jumlah variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dengan F test ini pada dasarnya dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji F didapatkan dari membandingkan F hitung dengan F tabel dengan tingkat kepercayaan 95% atau ($p\text{-value} < 0,05$), maka hipotesis diterima, yang artinya variabel independen yang diuji secara bersama-sama (Simultan) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.⁴⁵ Kriteria uji simulta (Uji F) sebagai berikut :

1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai $sig. < 0,05$ maka hipotesis diterima.

2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ nilai $sig. > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam sebuah regresi. R^2 mencerminkan kemampuan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur/seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Nilai R^2 ada diantara nol dan satu. Semakin kecil nilai koefisien determinasi maka

⁴⁵ Antin Yuliantin and Kartini Aprianti, "Analisis Pengaruh Gross Profit Margin(Gpm), Return on Asset(Roa), Debt To Equity Ratio(Der) Dan Net Profit Margin(Npm) Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Pt. Sat Nusa Persada Tbk.," Jurnal Bina Manajemen 11, no. 1 (2022): 116–35, <https://doi.org/10.52859/jbm.v11i1.222>.

terbatas pula kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati satu. Maka variabel independent dapat menjelaskan mendekati keseluruhan variasi dan variabel dependen.⁴⁶



⁴⁶ Rahmantio, "Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Equity, Return on Asset Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)," Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 2018, 106, [http://repository.ub.ac.id/10247/1/IMAM RAHMANTIO.pdf](http://repository.ub.ac.id/10247/1/IMAM%20RAHMANTIO.pdf).