

BAB III

METEDOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga akhir, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan menggunakan data numerik serta analisis statistik. Penelitian kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengaruh variabel Bauran Pemasaran terhadap Minat Masyarakat menggunakan Tabungan Emas di BSI Kota Padang, sehingga memerlukan pengujian hubungan antar variabel secara empiris dan terukur.⁶³

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan *Asosiatif* (hubungan kausal), yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih serta melihat pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pendekatan ini dinilai tepat karena penelitian tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menguji hubungan dan pengaruh antar variabel secara statistik.

Dengan demikian, melalui penggunaan metode kuantitatif dan pendekatan *asosiatif*, penelitian ini diharapkan mampu memberikan hasil yang objektif, terukur, serta dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang bersifat generalisasi terkait

⁶³ Muhammad Irfan Syahrani, 'Prosedur Penelitian Kuantitatif', 2.3 (2022), 43–56.

pengaruh bauran pemasaran terhadap minat masyarakat dalam menggunakan tabungan emas pada BSI kota Padang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang, khususnya pada masyarakat yang memiliki minat pada produk Tabungan emas di BSI Kota Padang. Penelitian ini direncanakan berlangsung selama bulan Agustus 2026. Pemilihan waktu tersebut bermaksud agar proses pengumpulan data, analisis, dan penyusunan laporan dapat dilakukan secara optimal tanpa melebihi batas waktu yang telah ditetapkan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian kuantitatif, populasi menjadi sumber data utama yang akan di analisis sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang minat membuka atau nasabah BSI yang belum mempunyai Tabungan emas di kota padang.

2. Sampel

Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena peneliti perlu memastikan bahwa responden

yang menjadi sumber data benar-benar memenuhi karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai dengan kebutuhan analisis.

Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdomisili atau berada di Kota Padang pada saat penelitian dilakukan
2. Berusia minimal 17 tahun, baik dari kalangan mahasiswa maupun masyarakat umum
3. Mengetahui atau pernah mendapatkan informasi mengenai produk tabungan emas BSI
4. Merupakan nasabah BSI yang belum memiliki Tabungan emas

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus yang dikemukakan oleh Hair, yaitu 5–10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam model penelitian.⁶⁴ Penelitian ini memiliki 27 indikator yang mewakili variabel penelitian, yaitu bauran pemasaran (*product, price, place, promotion, people, proses* dan *physicakal evidence*) sebagai variabel independen (X) serta minat masyarakat sebagai variabel dependen (Y). Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel dihitung dengan menggunakan pengali 6, yaitu $6 \times 27 = 162$ responden

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 162 responden. Jumlah tersebut telah memenuhi syarat

⁶⁴ Fanny Susanti Hutabarat and others, 'Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok Shop Di Kelurahan Sukamaju Pematang Siantar', 3 (2023), 1637–50.

minimal rumus Hair (5 kali jumlah indikator) dan dinilai memadai untuk dianalisis menggunakan metode *statistical package for the social sciences* (SPSS), yang relatif fleksibel terhadap ukuran sampel. Jumlah responden ini juga dianggap cukup representatif untuk menggambarkan populasi penelitian tanpa membebani proses pengumpulan data secara berlebihan, sehingga hasil penelitian tetap akurat dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, sumber data sangat penting karena akan menentukan kualitas hasil analisis yang dilakukan. Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung dari sumber pertama atau responden melalui proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.⁶⁵ Data primer dalam penyusunan skripsi ini, data primer adalah informasi tentang pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Masyarakat dalam menggunakan Tabungan Emas pada BSI Kota Padang.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada.⁶⁶ Seperti literature atau hasil

⁶⁵ Mawaddah Warahmah and M Syahrani Jailani, 'Pendekatan Dan Tahapan Penelitian Dalam Kajian Pendidikan Anak Usia Dini', 1.September (2023), 72–81.

⁶⁶ Warahmah and Jailani.

penelitian terdahulu, data sekunder juga disajikan dalam bentuk tabel-tabel ataupun diagram. Data sekunder dalam penyusunan skripsi ini berupa data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan dengan buku-buku, artikel maupun sumber lain yang terkait dengan penelitian ini dan mampu untuk dipertanggung jawabkan.

E. Defenisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian merupakan unsur yang menjadi fokus pengamatan dan pengukuran. Pemilihan variabel yang tepat sangat menentukan arah, ruang lingkup, dan hasil dari penelitian itu sendiri, kesalahan dalam mengidentifikasi variabel dapat menyebabkan penelitian kehilangan fokus, bahkan berujung pada kesimpulan yang keliru.⁶⁷ Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian yaitu variabel independen (variabel bebas), variabel dependen (variabel terikat).

1. Variabel Independen (X)

Variabel independent adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independent adalah Bauran Pemasaran yang terdiri dari dari *Product* (X1), *Price* (X2), *Place* (X3), *Promotion* (X4), *People* (X5), *Process* (X6), *Physical Evidence* (X7)

⁶⁷ Nurul Melani Haifa and others, '*Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan*', *Pendidikan Dan Bahasa*, 2 (2025).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent dalam penelitian ini variabel dependen adalah minat masyarakat (Y)

Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1.	<i>Product</i>	Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, digunakan atau dikonsumsi dipasa sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan	1. Kualitas Produk, yaitu kemampuan produk dalam memberikan rasa aman, keakuratan nilai saldo, serta keandalan sistem dalam memproses setiap transaksi, 2. Fitur Produk, yaitu berbagai fasilitas dan fungsi yang tersedia dalam layanan tabungan emas. 3. Desain Produk, yaitu tampilan antarmuka (<i>interface</i>) serta kemudahan penggunaan layanan Tabungan emas, baik melalui aplikasi digital maupun secara langsung dikantor cabang	Likert

2.	<i>Price</i>	Penetapan harga merupakan hal yang sangat penting, Perusahaan harus menimbang-nimbang penetapan harga karena akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya.	1. Keterjangkauan harga, yaitu harga yang mengikuti kemampuan daya beli konsumen 2. Kesesuaian harga, yaitu kualitas yang didapatkan sebanding dengan harga yang dibayarkan. 3. Daya saing harga, yaitu kemampuan harga untuk mengikuti harga yang dibayarkan	Likert
3.	<i>Place</i>	Place atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana penyampaian kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis	1. Akses, yaitu lokasi yang sering di lalui atau mudah dijangkau sarana transportasi 2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas 3. Lahan parkir, yaitu luas dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat	Likert

4.	<i>Promotion</i>	Promosi merupakan suatu aktivitas dan materi yang dalam aplikasinya menggunakan teknik, dimana dapat mengkomunikasikan informasi persuasif yang menarik tentang produk yang sedang ditawarkan	1. Pesan promosi, yaitu informasi yang disampaikan harus jelas, mudah dipahami, mengenai Tabungan 2. Media promosi, yaitu media seperti brosur, media sosial, website maupun komunikasi langsung 3. Waktu promosi, dilakukan pada waktu momen tertentu agar lebih efektif dalam menarik perhatian masyarakat 4. Frekuensi promosi, yang berkaitan dengan seberapa sering promosi dilakukan	Likert
5.	<i>Process</i>	Proses merupakan gabungan dari semua aktivitas yang umumnya terdiri dari prosedur, jadwal dan mekanisme, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.	1. Kecepatan, proses yang cepat dalam menyampaikan jasa 2. Kemudahan, Menyusun prosedur yang mudah dalam mengkonsumsi jasa 3. Ketelitian, penyedia harus teliti dalam setiap aktivitas pemberian jasa	Likert

			4. Penyampaian terhadap Keluhan, menanggapi keluhan yang masuk dari konsumen dengan baik	
6.	<i>People</i>	Manusia (<i>people</i>) di sini berarti orang yang ikut terlibat baik langsung maupun tidak langsung pada proses layanan itu sendiri. Elemen dari manusia adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan yang dilakukan karyawan akan mempengaruhi keberhasilan penyampaian jasa	1. Karyawan, Kompetensi dan profesionalisme petugas (<i>marketing officer/customer service</i>) dalam menjelaskan mekanisme investasi emas, 2. Pelayanan, Keseluruhan dukungan yang diterima nasabah mulai dari edukasi pra pembelian, kemudahan proses transaksi, hingga layanan purna transaksi. 3. Kesopanan, Kesopanan adalah sikap atau cara petugas BSI memperlakukan nasabah selama proses layanan berlangsung mulai dari sapaan awal, nada bicara, hingga sikap saat menanggapi pertanyaan atau keluhan.	Likert

7.	<i>Physical Evidence</i>	<i>Physical evidence</i> merupakan lingkungan dimana suatu Perusahaan memberikan layanannya dan lokasi dimana Perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, serta berbagai komponen yang tampak dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan	1. Fasilitas pendukung, yaitu ketersediaan fasilitas pendukung emas seperti aplikasi Byond by BSI, mesin antrian, ruang tunggu, fasilitas percetakan emas fisik 2. Tata letak, yaitu kenyamanan tata letak counter atau loket layanan Tabungan emas di kantor cabang BSI 3. Kebersihan, yaitu kebersihan dan kerapian kantor cabang tempat nasabah bertransaksi	Likert
8.	Minat masyarakat	minat masyarakat diartikan sebagai keinginan atau ketertarikan masyarakat untuk menggunakan produk tabungan emas sebagai sarana investasi	1. Minat Transaksional, kecenderungan seseorang untuk menggunakan atau melakukan transaksi 2. Minat Referensial, (kecenderungan seseorang untuk merefensikan produk) 3. Minat Prefensial, menggambarkan perilaku	

			seseorang yang memiliki prefensi pada produk 4. Minat Eksploratif, mencari produk yang diminatinya dan mencari informasi dari produk tersebut	
--	--	--	---	--

F. Instrumen Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan proses menemukan kebenaran dari suatu permasalahan dengan menggunakan metode ilmiah. Salah satu tahapan dalam melakukan metode ilmiah adalah pengumpulan data. Dalam pengumpulan data, instrumen sangat penting dalam penelitian, karena instrumen merupakan alat ukur dan akan memberikan informasi tentang apa yang kita teliti. Dengan demikian ketepatan dan keterpercayaan hasil penelitian sangat ditentukan oleh mutu instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data.⁶⁸

Dalam penelitian ini kuesioner berfungsi sebagai alat utama penelitian. Kuesioner ini dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden kemudian peneliti mengumpulkan kembali kuesioner tersebut untuk mendapatkan data dari responden. Teknik ini sangat efisien digunakan untuk responden dalam jumlah yang besar dan tersebar di berbagai wilayah.⁶⁹

⁶⁸ Dkk Slamet Widodo, Festy Ladyani, *Buku Ajar Metode Penelitian*, 2023.

⁶⁹ Dkk Abigail Soesana, Hani Subakti, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2023.

Format yang digunakan kuesioner ini adalah format skala likert yaitu menilai sesuatu yang pilihannya berjenjang. Pemberian skor menggunakan skala 1-5 sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Keterangan	Nilai
1.	STS (Sangat Tidak Setuju)	1
2.	TS (Tidak Setuju)	2
3.	KS (Kurang Setuju)	3
4.	S (Setuju)	4
5.	SS (Sangat Setuju)	5

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan variabel penelitian yaitu Bauran pemasaran (*product, price, place, promotion, proses, people* dan *physical evidence*) dan minat masyarakat menggunakan tabungan emas.

Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi mereka. Metode ini dinilai efisiensi apabila peneliti telah mengetahui secara jelas variabel yang akan diukur serta informasi yang diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga sangat sesuai digunakan ketika jumlah responden cukup

banyak. Bentuk kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup maupun terbuka, serta dapat disampaikan secara daring melalui internet.⁷⁰

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa dokumen, arsip maupun informasi tertulis lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian, sehingga dapat mendukung dan melengkapi data yang diperoleh melalui kuesioner.⁷¹

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahapan penting dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengolah data yang telah dikumpulkan sehingga dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah serta menguji hipotesis penelitian.⁷² Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan software statistic seperti SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai data penelitian yang diperoleh dari jawaban responden terhadap variabel penelitian yaitu, Pengaruh Bauran

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2021). Hlm 219.

⁷¹ Sugiyono. Hlm 314.

⁷² Sugiyono.

Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Tabungan Emas Pada BSI Kota Padang.⁷³

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas kuesioner digunakan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pertanyaan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel, di mana item dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Selain itu, suatu item juga dapat dinyatakan valid apabila memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 sebagai batas minimum (*cut-off*) yang menunjukkan item tersebut layak digunakan dalam penelitian. Sebaliknya, item dengan nilai korelasi di bawah 0,3 dinyatakan tidak valid dan harus diperbaiki atau dihapus dari kuesioner.⁷⁴

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian, khususnya kuesioner, dalam mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yang dimana suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.⁷⁵

⁷³ Sugiyono.

⁷⁴ Wiwin Yuliani Esi Rosita, Wahyu Hidayat, 'Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial', 4.4 (2021), 279–84.

⁷⁵ Esi Rosita, Wahyu Hidayat.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi dasar analisis regresi linear.

a. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah ada suatu model regresi, suatu variabel independent dan variabel dependen ataupun keduanya terdistribusi dengan normal atau tidak normal dilakukan dengan uji normalitas dengan menggunakan probabilitas signifikansi :

- 1) H_0 diterima jika probability sig. lebih dari 0,05 ($p.sig > 0,05$), maka disimpulkan bahwa berdistribusi normal
- 2) H_a diterima apabila probability sig. kurang dari 0,05 ($p.sig < 0,05$), maka disimpulkan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Dalam persamaan regresi linear berganda apabila nilai koefisien antar variabel independent sangat tinggi maka akan terimbas pada estimasi yang tidak tepat, sebab nilai Batasan koefisien korelasi yang sangat kuat pada Batasan 0,9 dan sempurna adalah 1. Ketetapan hipotesis dalam uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

- 1) H_0 diterima jika nilai $r^2 = VIF > \text{nilai } 10,00$, maka bahwa terjadi multikolinearitas
- 2) H_a diterima apabila nilai $r^2 = VIF < \text{nilai } 10,00$, maka disimpulkan bahwa stabil atau tidak terjadi multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan adalah menguji apa benar bahwa pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam menentukan hipotesis yang diambil dalam uji heterokedastisitas, di antaranya :

- 1) H_0 ditolak jika nilai $r <$ nilai taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat heteroskedastisita
- 2) H_a diterima jika nilai $r >$ nilai taraf signifikansi, maka disimpulkan bahwa tidak heteroskedastisitas.⁷⁶

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah model regresi lienar dengan satu variabel kontinu beserta k (dua atau lebih) variabel independent.⁷⁷ Dalam hal ini, ada tujuh variabel bebas dan satu variabel terikat. Dengan demikian, Regresi Linier Berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Minat Masyarakat)

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$ = Koefisien regresi

$X_1 = Product$

⁷⁶ Kartini Hutagaol, 'Kajian Tentang Uji Asumsi Klasik Berbantuan SPSS', 8.2 (2025), 15–28.

⁷⁷ Yoedani Nuzwan Sudariana, 'Analisis Statistik Regresi Linier Berganda', 2021.

$X_2 = Price$

$X_3 = Place$

$X_4 = Promotion$

$X_5 = People$

$X_6 = Process$

$X_7 = Physical Evidence$

$E = \text{Standar Error}$

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan p value lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima sebaliknya jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan p value lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin besar menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variabel yang diteliti.