

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono 2014:11) penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka. Penelitian ini menghubungkan Inovasi, Promosi dan Diversifikasi Produk terhadap Peningkatan Nasabah.

B. Tahapan Penelitian

1. Teknik Sampling

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah 1000. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (Sugiyono, 2018: 81).

2. Tahapan

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar, Maka digunakan rumus slovin: _____

Dimana:
$$n = \frac{N}{1 + (Z^2 \cdot e^2)}$$

n = jumlah sampel

N= jumlah populasi

e= margin of error atau kesalahan maksimum adalah 10%

$$= \frac{1000}{1 + \frac{(1000 - 0,1)}{150}}$$

$$= 90,9 \text{ dibulatkan menjadi } = 91$$

Jadi jumlah Nasabah Bank BRI Unit Candipuro dalam penelitian ini adalah sebanyak 91 nasabah.

C. Definisi Operasional variabel

Variabel bebas dalam penelitian adalah inovasi, Promosi dan Diversifikasi Produk. Sedangkan variabel terikatnya yaitu Nasabah Bank BRI Unit Candipuro. Berikut akan dijelaskan operasional Inovasi, Promosi dan Diversifikasi Produk, terhadap Peningkatan Nasabah Bank BRI Unit Candipuro.

1. Variabel operasional

a. Definisi Konseptual

Disintesis bahwa inovasi adalah suatu pemikiran baru dengan pertimbangan yang sudah direncanakan dan kreatifitas untuk melakukan pembaharuan terhadap produk yang sudah ada, dengan membuat produk barang ataupun jasa lebih baik dan menarik dari produk sebelumnya. Untuk mencapai inovasi yang tepat dapat dilihat dari perluasan lini, produk baru dan produk benar-benar baru.

b. Definisi Operasional

Disintesis bahwa inovasi adalah suatu pemikiran baru dengan pertimbangan yang sudah direncanakan dan kreatifitas untuk melakukan pembaharuan terhadap produk yang sudah ada, dengan membuat produk barang ataupun jasa lebih baik dan menarik dari produk sebelumnya. Untuk mencapai inovasi yang tepat dapat dilihat dari perluasan lini, produk baru dan produk benar-benar baru, yang diukur menggunakan instrument dengan skala likert dan diberikan kepada nasabah bank BRI Unit Candipuro.

2. Variabel Promosi

a. Definisi Konseptual

Disintesisikan bahwa promosi adalah komunikasi antara pemilik produk kepada calon konsumen untuk memperkenalkan barang atau jasa yang di tawarkan dengan cara memberikan pengaruh pikiran calon pembeli terhadap produk yang akan di promosikan, supaya produk bisa membuat calon pembeli menjadi penasaran atau tertarik. Untuk mencapai promosi yang tepat dapat dilihat dari periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

b. Definisi Operasional

Disintesisikan bahwa promosi adalah komunikasi antara pemilik produk kepada calon konsumen untuk memperkenalkan barang atau jasa yang di tawarkan dengan cara memberikan pengaruh pikiran calon pembeli terhadap produk yang akan di promosikan, supaya produk bisa membuat calon pembeli menjadi penasaran atau tertarik. Untuk mencapai promosi yang tepat dapat dilihat dari periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat, yang diukur menggunakan instrument dengan skala likert dan diberikan kepada nasabah bank BRI Unit Candipuro.

3. Variabel Diversifikasi Produk

a. Definisi Konseptual

Disintesisikan bahwa diversifikasi produk adalah pengembangan terhadap produk barang ataupun jasa dengan cara membuat produk yang baru yang menarik dan bisa juga dengan cara menambah usaha yang lain supaya produk yang ada lebih beragam, selain itu konsumen dapat terpenuhi kebutuhannya dan bisa menarik konsumen baru karena penasaran terhadap produk baru yang di tawarkan. Untuk mencapai diversifikasi produk yang tepat dapat dilihat dari ukuran produk yang beragam, jenis produk yang beragam, desain produk yang beragam dan kualitas produk yang beragam.

b. Definisi Operasional

Disintesisikan bahwa diversifikasi produk adalah pengembangan terhadap produk barang ataupun jasa dengan cara membuat produk yang baru yang menarik dan bisa juga dengan cara menambah usaha yang lain supaya produk yang ada lebih beragam, selain itu konsumen

dapat terpenuhi kebutuhannya dan bisa menarik konsumen baru karena penasaran terhadap produk baru yang di tawarkan. Untuk mencapai diversifikasi produk yang tepat dapat dilihat dari ukuran poduk yang beragam, jenis produk yang beragam, desain produk yang beragam dan kualitas produk yang beragam, yang diukur menggunakan instrument dengan skala likert dan diberikan kepada nasabah bank BRI Unit Candipuro.

4. Variabel Peningkatan nasabah (Y)

a. Definisi Konseptual

Disintesisikan bahwa peningkatan nasabah adalah kenaikan terhadap konsumen yang sudah menggunakan produk bank dan percaya atas apa yang diberikan bank. Untuk mencapai peningkatan nasabah yang tepat dapat dilihat dari produk yang ditawarkan menarik minat menjadi nasabah, Kepercayaan terhadap bank dan pelayanan yang diberikan memuaskan.

b. Konseptual Operasional

Disintesisikan bahwa peningkatan nasabah adalah kenaikan terhadap konsumen yang sudah menggunakan produk bank dan percaya atas apa yang diberikan bank. Untuk mencapai peningkatan nasabah yang tepat dapat dilihat dari produk yang ditawarkan menarik minat menjadi nasabah, Kepercayaan terhadap bank dan pelayanan yang diberikan memuaskan. yang diukur menggunakan instrument dengan skala likert dan diberikan kepada nasabah bank BRI Unit Candipuro..

Tabel 4. Ringkasan Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Skala	Butir Soal
1.	Inovasi (X1)	1. Perluasan lini 2. Produk baru 3. Produk benar – benar baru	Likert	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20
2.	Promosi (X2)	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Penjualan Perorangan 4. Hubungan Masyarakat	Likert	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20
3.	Diversifikasi Produk (X3)	1. Ukuran poduk yang beragam 2. Jenis produk yang	Likert	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11

No.	Variabel	Indikator	Skala	Butir Soal
		beragam 3. Desain produk yang		12,13,14,15,16
		beragam 4. Kualitas produk yang		17,18,19,20
4.	Peningkatan Nasabah (Y)	1. Produk yang Ditawarkan Menarik Minat Nasabah 2. Kepercayaan Terhadap Bank 3. Pelayanan yang Diberikan memuaskan	Likert	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 11,12,13,14,15, 16,17,18,19,20

(Data diolah, 2021)

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah :

1. Observasi

Merupakan pengamatan langsung ke objek yang diteliti dengan mencatat data-data yang berkaitan dengan pemasaran yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga kita memperoleh gambaran yang sebenarnya.

2. Wawancara

Mengadakan tanya jawab dengan nasabah bank BRI unit Candipuro yang dianggap dapat memberikan informasi yang di butuhkan dalam penelitian ini.

3. Kuisisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden yang berjumlah 91 untuk dijawab. Penelitian membagikan kuisisioner kepada responden yakni nasabah berupa pertanyaan atau pertanyaan tertulis dengan mengembangkan pertanyaan yang menghasilkan setuju/tidak setuju dalam berbagai rentan nilai dan skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala dengan interval 1-5.

Tabel 5. Klasifikasi Jawaban Kuesioner

Klasifikasi Jawaban	Skor Positif	Skor Negatif
SS	5	1
S	4	2
KS	3	3
TS	2	4
STS	1	5

(Sugiyono, 2014)

E. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui instrument benar-benar mengukur hal yang akan diukur. Instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi maka akan dapat mengukur yang hendak diukur. Dalam pengukuran validitas instrument penelitian ini menggunakan validitas isi dengan cara berkonsultasi kepada para ahli mengenai instrumen, apakah instrument tersebut disetujui para ahli kemudian dilanjutkan dengan validitas kostruk melalui uji coba dan instrument menggunakan sampel yang berjumlah 91 responden yang berbeda. Hasil coba instrument kemudian dianalisis.

Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif, perlu dilakukan terhadap suatu penelitian untuk memperkuat argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan.

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n= banyaknya sampel

X= skor tiap item

Y= skor total variabel

x= jumlah skor item

y = jumlah skor total

Setelah nilai korelasi (r) diperoleh, kemudian nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan dasar pengambilan keputusan adalah valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka alat ukur atau instrument penelitian yang digunakan adalah tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini item atau pernyataan pada kuisisioner yang sudah valid, diuji dengan rumus *Cronbach Alpha Coefficient* dengan menggunakan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah reliable jika $\alpha > r_{tabel}$ (0,6).

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

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrument / koefisien reliabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan / banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_{bt}^2 = varians total

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan uji kolmogorov smirnov.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah

- Jika nilai probabilitas ≤ 0.05 , maka distribusi data adalah normal.
- Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka distribusi data adalah tidak normal.

2. Uji Linieritas

Setelah data yang diperoleh sudah normal selanjutnya diuji dengan uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah

- a. Jika nilai probabilitas ≤ 0.05 , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linier.
- b. Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

3. Uji Homogen

Setelah data diperoleh sudah normal, selanjutnya diuji dengan homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui beberapa varian adalah sama atau tidak asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah varian dari populasi sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

G. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel tersebut (Sugiyono 2016: 192). Model regresi merupakan suatu model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui pola pengaruh antara dua variabel atau lebih. Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y	= variabel terikat
a	= konstanta
b_1, b_2, b_3	= koefisien regresi
X_1, X_2, X_3	= variabel bebas
e	= error

1. Uji t

Uji t dilaksanakan untuk mengetahui variabel X yang mana berpengaruh terhadap variabel dependen Y (Sigit 2010: 119). uji t menguji signifikansi pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y) yang dapat dihitung :

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}}{\sqrt{\frac{1 - r_{xy}^2}{n - 2}}}$$

Dimana:

t = statistik t derajat bebas ke n-2

e= jenjang koefisien

n= banyaknya pengamatan

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi t lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau lebih besar 0,05 sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis (H_0) atau hipotesis alternative (H_a) tersebut ditolak atau diterima.

Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- Nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.
- Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

2. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel X secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependent. Uji F membuktikan apakah terdapat minimal satu variabel Y (Sigit 2010: 141), uji dirumuskan dengan:

$$F = \frac{\sum(Y - Y_1)^2 / k}{\sum(Y - Y_2)^2 / (N - k - 1)}$$

Dimana:

Y = nilai pengamatan

Y_1 = nilai yang ditaksir

Y_2 = nilai rata-rata pengamatan

N = jumlah sampel

K = jumlah variabel independent

F = koefisien determinasi

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai

F_{hitung} dengan F_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi F lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi F lebih besar dari 0,05. Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- a. Nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.
- b. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

3. Koefisien Determinan (Uji R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi (R^2) mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). Bila nilai $R^2 = 0$, maka variasi dari variabel Y tidak dapat dijelaskan sama sekali oleh variabel X . Sedangkan bila nilai $R^2 = 1$, maka variasi dari variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel X . Sehingga baik buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh nilai R^2 yang mempunyai nilai antara nol dan satu, perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus (Sigit, 2010:140) sebagai berikut:

$$R_2 = r_2 \times 100\%$$

Dimana:

R_2 = koefisien determinan

R = koefisien korelasi