

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran.¹ Dalam penelitian terdapat dua pendekatan untuk membedah suatu penelitian. Kita mengenalnya dengan istilah kualitatif dan kuantitatif. Secara tradisional terdapat jurang antara kualitatif dan kuantitatif, dimana masing-masing memiliki paradigma yang berbeda.

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang merupakan suatu penelitian yang didasari oleh falsafah positivisme, yaitu ilmu valid, ilmu yang dibangun dari empiris, teramati, terukur, menggunakan logika matematika dan membuat generalisasi terhadap rerata yang berfungsi untuk menguji suatu teori.²

Metode yang digunakan adalah metode survei, dimana peneliti memilih sejumlah responden dalam hal ini minat nasabah menggunakan *internet banking* sebagai sampel dan memberikan mereka kuisisioner yang sudah baku.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cetakan ke-16, (Bandung: Alfabeta, 2012), 2.

² Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, cetakan ke-3, (Jakarta: Bumi Aksara), 24.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Bank Negara Indonesia Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo (PT BNIS KCP Sidoarjo) yang terletak di Jl. Gajah Mada No. 179 Sidoarjo. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 16 Juni sampai dengan 26 Juni 2014.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³

Berdasarkan pengertian diatas, maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang berminat menggunakan *internet banking* di PT. BNIS KCP Sidoarjo.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu, sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya.⁴ Sempel memiliki karakteristik yang dianggap mewakili populasi. Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan,

³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabet, 2008), 14

⁴Sugiarto dkk, *Teknik Sampling*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003). 2

jika ukuran populasi diketahui, maka dapat digunakan rumus Slovin, yaitu:⁵

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

Dimana:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran Ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau error.

Berdasarkan data yang diperoleh dari manajer operasional PT BNIS Cabang Surabaya, peneliti mengetahui jumlah nasabah yang memiliki fasilitas internet banking pada kantor cabang Surabaya Jl. Bukit Darmo Boulevard no 8A-8B dalam satu tahun sebanyak 294 nasabah.⁶

Dari jumlah populasi yang telah diketahui dengan jelas, maka penghitungan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{294}{1 + 294 (5\%)^2}$$

n : 169,45245 dibulatkan menjadi 170

N : 294

e : 5% setara dengan 0,05

⁵Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002),141- 142

⁶Hatifuddin, *Wawancara*, Surabaya, 24 April 2014.

D. Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang menjadi obyek pengamatan penelitian yang meliputi faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti.⁷ Yaitu:

1. Variabel independen atau bebas (X), dimana ada dua variabel yang saling berhubungan, sedangkan bentuk hubungannya adalah bahwa perubahan variabel yang satu mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel lain.⁸ Dalam penelitian ini, variabel independen yang mempengaruhi faktor-faktor minat nasabah terdiri dari *Shared Value* (Nilai Lebih) dan *Communication* (Komunikasi).
2. Variabel dependen atau terikat (Y), dimana variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang bergantung pada variabel lain.⁹ Dalam penelitian ini, variabel dependen yaitu Minat Nasabah untuk Menggunakan *Internet Banking* di PT. BNIS KCP Sidoarjo.

E. Definisi Operasional

Judul skripsi ini adalah **“Analisis Faktor-faktor (Nilai Lebih dan Komunikasi) yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan *Internet Banking*”**

Agar maksud dan pengertiannya lebih jelas terarah, maka dari judul diatas adalah:

⁷ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian, Cetakan ke-10*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009),118.

⁸ Muslich, *Metodologi*, 57.

⁹ Ibid,58

1. Nilai Lebih (X1)

Secara umum menyatakan bahwa perilaku konsumen pada umumnya lebih dipengaruhi oleh pengharapan untuk mencapai sesuatu hasil yang diinginkan dari pada oleh dorongan dari dalam diri. Konsumen memilih produk tertentu dibandingkan merek yang lainnya karena konsumen mengharapkan akibat positif atas pilihannya tersebut.¹⁰

Variabel X1 dalam penelitian ini yaitu nilai lebih (Shared Value) dengan menggunakan indikator sebagai definisi operasional yaitu:

- a. *Internet banking* BNIS tidak melanggar norma agama.
- b. *Internet banking* BNIS terjamin keamanannya.
- c. Data pribadi nasabah terjaga kerahasiannya.

2. Komunikasi (X2)

Komunikasi dapat diartikan suatu proses transfer informasi atau pesan-pesan dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima (komunikan). Komunikasi bisa sangat sederhana, bisa pula sangat kompleks, bisa sangat informal maupun sangat formal, tergantung pada sifat pesan yang disampaikan dan hubungan antara komunikator dan komunikan.¹¹

Variabel X2 dalam penelitian ini yaitu komunikasi (communication) dengan menggunakan indikator yaitu:

- a. *Internet banking* BNIS selalu memberikan info baru.

¹⁰ Sutisna, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2002), 109.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 1997), 40.

- b. *Internet banking* BNIS menerima masukan dan saran konsumen.
- c. Informasi yang disampaikan dapat diandalkan

3. *Minat Nasabah* (Y)

Minat diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.¹² Merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Dalam hal ini adalah minat nasabah terhadap *internet banking*.

Variabel Y dalam penilitan ini yaitu Minat nasabah dengan menggunakan indikator yaitu:

- a. Transaksi *internet banking* dapat dilakukan kapan dan dimana saja tanpa batas waktu.
- b. Menggunakan *internet banking* tidak memiliki resiko yang tinggi terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi nasabah.
- c. Transaksi tranfer dana melalui *internet banking* dapat dipercaya.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan – tingkatan kevalidan atau kesahihan sesuatu *instrument*.¹³ Pengujian validitas dalam penelitian ini akan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment*, yaitu:

¹²Anton Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), 225.

¹³ Surat Keputusan Direksi, *Ketentuan Pemasaran dan Remunerasi Retail Business*, (PT Asuransi Takaful Keluarga: 2013).

$$r_{xy} = \frac{N(\Sigma_{xy}) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{N.\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{N.\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien Product Moment

N = Jumlah Sampel

x = Skor Pertanyaan

y = Skor Total

Σ_{xy} = Jumlah Perkalian x dan y

Σx^2 = Jumlah Kuadrat dari x

Σy^2 = Jumlah Kuadrat dari y

➤ Kriteria valid tidaknya kuesioner:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti soal valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti soal tidak valid. Sehingga pada penelitian Pre-Elimentary Research yang dilakukan oleh peneliti menggunakan sampel sebanyak 170 responden, maka diketahui $r_{tabel} = 0,149$.¹⁴

¹⁴Azar Juliandi, Tabel r Product Moment, dalam www.azarjuliandi.com/tabeltabelstatistik.pdf diakses pada 2014.

Tabel 3.1
Uji Validitas

No	Variabel	R Hitung	R Tabel (n= 20, a= 0,05)	Keterangan
1	Nilai Lebih (X1)	0,736	0,149	Valid
2	Komunikasi (X2)	0,764	0,149	Valid
3	Minat Nasabah Menggunakan <i>Intenet Banking</i> (Y)	0,777	0,149	Valid

Berdasarkan tabel 3.1 dapat diketahui bahwa, semua variabel

$$r_{hitung} > r_{tabel}$$

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran minat nasabah bila dilakukan pengukuran pada waktu yang berbeda pada kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, Atau suatu kuisisioner dapat dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut dengan nilai koefisien reliabilitas.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$R_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^3}{\sigma t^2} \right]$$

R_{11} = Reliabilitas Instrument

K = Banyaknya Soal

$\sum \sigma b^3$ = Jumlah Varian

$$\sigma t^2 = \text{Varian Total}$$

➤ Kriteria valid dalam uji reliabilitas

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti soal reliabel dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti soal tidak reliabel. Menurut Uma Sekaran, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

- a. Cronbach Alpha $\bar{< 0,6 =$ reliabilitas buruk
- b. Cronbach Alpha $0,6 - 0,79 =$ reliabilitas diterima
- c. Cronbach Alpha $0,8 =$ reliabilitas baik

Berikut kesimpulan uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
, 624	3

Dari hasil tabel 3.2, $r_{hitung} 0,624 > r_{tabel} 0,149$. Maka instrumen ini dianggap reliabel.

G. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya.¹⁵ Dalam penelitian ini

¹⁵ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2005), 55

berupa data hasil pengisian kuisioner yang berhubungan dengan minat nasabah menggunakan *internet banking* di BNIS KCP Sidoarjo.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian. Peneliti mendapatkan data yang sudah jadi yang dikumpulkan oleh pihak lain dengan berbagai cara atau metode baik secara komersial maupun non komersial.¹⁶

2. Sumber Data

Data merupakan jamak dari kata *datum* yang berarti fakta-fakta, serangkaian bukti-bukti, sesuatu yang secara pasti diketahui atau serangkaian informasi yang ada disekitar kita.¹⁷

Sumber data dalam penelitian ini ada 2 macam, yaitu:

a. Sumber Data Primer

Penelitian ini diperoleh dari kuesioer yang secara langsung diberikan kepada nasabah yang minat menggunakan *Internet Banking* di PT BNIS KCP Sidoarjo berupa pernyataan mengenai karakteristik responden atau nasabah (jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan perbulan, lama menjadi nasabah) serta variabel yang mencangkup variabel nilai lebih dan komunikasi serta variabel minat nasabah menggunakan *internet banking* di PT BNIS KCP Sidoarjo.

¹⁶ Wahyu Budi Utami, "Jenis-jenis Data", <http://wahyu.budi.utami.blogspot.com/2012/11/jenis-jenis-data.html>.di akses pada tanggal 10 April 2014.

¹⁷Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta; Rajawali Press, 2005), 118.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yang diperoleh dari penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti melalui buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini, literatur, dan artikel yang didapat dari website.¹⁸ Data sekunder dalam penelitian ini meliputi gambaran umum perusahaan, serta landasan teori yang diperlukan, yaitu:

1. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
2. Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, CV Andi Offset, 1997.
3. Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian, Cetakan ke-10*, Jakarta: Bumi Aksara.
4. Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
5. Sutisna, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

H. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan hal-hal yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan dan mengumpulkan data. Untuk mengumpulkan semua data tersebut, maka peneliti melakukan beberapa cara, antara lain:

¹⁸Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 19

1. Metode Kuisisioner

Adalah pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden. Pertanyaan tersebut dinamakan kuisisioner.¹⁹ Dan jenis angket yang digunakan adalah angket berskala dengan jenis *Rating Scala* atau *Likert Scale*.²⁰ Kuisisioner dibagikan kepada nasabah yang minat menggunakan *internet banking* di BNIS KCP Sidoarjo.

Dalam proses pengolahan data, digunakan skala likert yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seorang terhadap sesuatu,²¹ dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.²² Item-item tersebut adalah item-item yang relevan dengan apa yang ingin diketahui, dimana responden akan memilih jawaban-jawaban yang paling sesuai dengan pendapatnya. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban diberi skor.²³ Pedoman dalam pemberian skor, sebagai berikut:

¹⁹B Sandjaja dan Albertus Heriyanto, *Panduan Penelitian, Edisi Revisi*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2011), 151.

²⁰Ibid., 154.

²¹Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta; Gramedia Pustaka Utama, 2000), 137.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-16*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 93.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-16*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 86.

Tabel 3.3
Bobot Penilaian Jawaban

NO	PERNYATAAN	SKOR
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber: Morisson (2012-89)

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dan mempelajari informasi data-data yang diperoleh melalui kearsipan, buku, jurnal, artikel maupun situs internet yang menjadi referensi pendukung penelitian.²⁴

I. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.²⁵ Data yang diperoleh dari lapangan dianalisis dengan metode analisis statistik, sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan. Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari multikolinieritas,

²⁴ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press2005), 127.

²⁵ Singarimbun, et. al, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1989), 263.

heterokedastisitas dan normalitas.²⁶ Berikut ini macam-macam Uji asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik *Non-Parametrik Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.²⁷

Untuk mengetahui histogram dan mengetahui normal atau tidak, dalam penelitian dipakai pendekatan grafik (histogram dan P-Plot), dimana sebaran data yang menyebar kesemua daerah kurva normal. Dapat disimpulkan bahwa data mempunyai distribusi normal. Demikian juga dengan normalitas P-Plot, data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal yang menandakan normalitas data.²⁸ Pada penelitian ini pengujian normalitas digunakan untuk menguji data Nilai Lebih (X_1), Komunikasi (X_2), dan Minat Nasabah (Y).

²⁶Ghazali, *Aplikasi*, 57.

²⁷Aminudin, "Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Bumi Rinjai Kota Batu", Skripsi: Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2010.

²⁸Teori Online, Uji normalitas, <http://teorionline.wordpress.com/2011/04/02/uji-normalitas/> (13 April 2014).

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.²⁹

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independent dalam model regresi.³⁰

Cara untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas salah satunya dengan melihat besarnya nilai toleransi value atau VIF. Apabila nilai VIF lebih kecil dari 0,10 atau lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinieritas, sebaliknya dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen apabila nilai VIF berada pada kisaran 0,10 sampai 10.

Setelah asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dapat dilakukan perhitungan dan pengujian regresi untuk mengukur pengaruh antara variabel independen dengan dependen.

²⁹Stanislaus S. Uyanto, Ph. D, *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 248.

³⁰Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008), 39.

2. Regresi Linier Berganda

Adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.³¹

Rumus :

$$\hat{Y} = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana:

\hat{Y} : Minat Nasabah

α : Konstanta

x_1 : Nilai Lebih

x_2 : Komunikasi

b : Koefisien regresi variabel antara x dan Y

e : Variabel lain

3. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji F (Simultan/Serempak)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat.³² Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan:

³¹Husain Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 241.

³²Asnawawi dan Maskhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 182.

1) Perumusan Hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh secara simultan dari nilai lebih dan komunikasi terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

H_1 = Ada pengaruh secara simultan dari nilai lebih dan komunikasi terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

2). Nilai kritis distribusi F dengan level of significant $\alpha = 5\%$

$$F_{\text{tabel}} = F_{\alpha; \text{numerator}; \text{denominator}}$$

$$= F_{0,05; k-1; n-k}$$

3). Kriteria penolakan atau penerimaan jika:

- a. $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_1 ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.
- b. $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ maka H_1 terbukti, hal ini berarti terdapat pengaruh yang simultan terhadap variabel X dan Y.

Pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan dilakukan dengan menggunakan pengolahan data SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel

terikat.³³ Nyata atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebasnya juga tergantung pada hubungan variabel tersebut.³⁴

1). Perumusan Hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh secara parsial dari nilai lebih dan komunikasi terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

H_1 = Ada pengaruh secara parsial dari nilai lebih dan komunikasi terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

2). Menentukan nilai kritis dengan *level of significant* $\alpha= 5\%$

$$t_{\text{tabel}} = t\left(\frac{\alpha}{2}; -k - 1\right)$$

3). Penentuan kritis penerimaan dan penolakan jika

a. $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_1 ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

b. $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_1 terbukti, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

³³Ibid, 182.

³⁴Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 253.

4. Teknik Pengolahan Data

Adapun langkah-langkah pengolahan data dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

a. *Editing* (Pengeditan)

Tujuan pengeditan data adalah untuk menjamin kelengkapan, konsistensi dan kesiapan data penelitian dalam proses analisis.³⁵

b. *Coding* (Pemberian Kode)

Merupakan suatu usaha untuk mengklasifikasikan jawaban-jawaban para responden menurut macamnya.³⁶ Pemberian simbol atau kode yang berupa angka merupakan suatu cara menggolongkan jawaban suatu pertanyaan sehingga memudahkan analisis data.³⁷

c. *Tabulasi*

Yaitu menyusun dan menghitung data hasil pengkodean.³⁸ Jawaban-jawaban yang sudah diberi kategori, kemudian dimasukkan ke dalam tabel. Tabel dapat berupa tabel frekuensi, tabel korelasi atau tabel silang.³⁹

³⁵Warsito, *Pengantar*, 87.

³⁶Soeratno, *Metodologi*, 129.

³⁷Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan, Cetakan ke-3*, (Jakarta: Kencana, 2007), 95.

³⁸Warsito, *Pengantar*, 88.

³⁹Ibid,