

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif yaitu metodologi yang berdasarkan data dari hasil pengukuran berdasarkan variabel penelitian yang ada. Objek kajian dari metodologi penelitian kuantitatif adalah ilmu eksak atau ilmu pasti.¹

Ada dua format penelitian kuantitatif berdasarkan paradigma dominan dalam metodologi penelitian kuantitatif yaitu format deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut.² Sumber data dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua macam sumber data yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer yang diperoleh dari hasil objek penelitian, yaitu mencari data dengan langsung ke objek penelitian untuk

¹ <http://www.anneahira.com/metodologi-penelitian-kuantitatif.htm>, (23 April 2010).

² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2009), 35-36.

memperoleh data yang lebih konkrit yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini data diperoleh tentang data deposito iB Hasanah dari nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yang digunakan untuk mencari landasan teori tentang permasalahan yang diteliti dengan menggunakan literatur yang ada baik dari buku, proposal, skripsi, internet, dan referensi lain yang sesuai dengan judul.

B. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi menurut bahasa sama dengan penduduk atau orang banyak, bersifat umum. Maksud populasi adalah keseluruhan objek penelitian, mungkin berupa jumlah manusia, gejala-gejala, benda-benda, pola sikap, tingkah laku dan sebagainya yang menjadi objek penelitian.³ Adapun yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Deposito iB Hasanah di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa, yakni nasabah Deposito iB Hasanah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa

³ Sapari Imam Asyari, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1981), 69.

yang berjumlah 986 nasabah Deposito iB Hasanah dari tahun 2011-2012.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi.⁴ Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen.⁵ Pada pengambilan sampel difokuskan pada nasabah Deposito iB Hasanah di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

Metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pemilihan anggota populasi yang mudah diakses untuk memperoleh jawaban atau informasi. Pengambilan sampel diperoleh berdasarkan rumus *slovin*.

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

⁴ Arief Furchan, *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, (surabaya: Usaha Nasional, 1983), 189.

⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 83.

keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.⁶

Sebagaimana didalam penelitian skripsi kuantitatif mengatakan bahwa:⁷ jika jumlah subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semuanya. Namun jika lebih besar dari 100 maka dapat diambil sampel antara 10%-15% atau 20%-25%⁸. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kelonggaran 15%, mengingat terbatasnya waktu, biaya dan kemampuan yang ada, maka peneliti tidak meneliti semua secara keseluruhan subjek penelitian, sampel dengan rumus *Slovin*, sebagai berikut:

$$n = \frac{986}{1 + 986.15\%^2}$$

$$n = \frac{986}{1 + 986.0,0225}$$

$$n = \frac{986}{1 + 22,185}$$

⁶ *Ibid.*, 78.

⁷ Rofiqo Biutif, skripsi, “*Pengaruh Model Pembelajaran Afektif Tipe Konsiderasi Terhadap Kepribadian Muslim Siswa Di SMA Gema 45 Surabaya*”, (Fakultas Tarbiyah, 2010), 71.

⁸ Suharsi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1998), 120.

$$n = \frac{986}{23,185}$$

$n = 42,527496$ dibulatkan menjadi 42.

Pendapat Gay dalam buku Husein Umar menyatakan bahwa ukuran minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan pada desain penelitian yang digunakan, sebagai berikut:⁹

- a) Metode *deskriptif*, minimal 10% populasi.
- b) Untuk populasi relatif kecil minimal 20% populasi.
- c) Metode *deskripsi-korelasional*, minimal 30 subjek.
- d) Metode *ex post facto*, minimal 15 subjek per kelompok.
- e) Metode *eksperimental*, minimal 15 subjek per kelompok.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. *Interview* (wawancara)

Interview adalah teknik pengumpulan data dengan cara tanya-jawab yang sistematis dan secara *face to face*. *Interview* ini ditujukan kepada pihak Bank selaku pemegang produk Deposito iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya. *Interview* dilakukan pada pihak Bank bertujuan untuk melengkapi data yang tidak terdapat pada koesiner dan mengetahui promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Kantor Cabang Surabaya.

⁹Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 79.

2. *Kuesioner* (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dari kelompok-kelompok besar orang yang aneka ragan dan terpencah-pencar. Adapun peneliti menggunakan *kuesioner* yaitu memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk mengukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur, sedangkan instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Mengukur variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan skala *likert*, pernyataan tentang sikap seseorang terhadap suatu dengan jawaban setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, baik-tidak baik.¹⁰ Jawaban responden berupa pilihan dari empat alternatif yang ada, yaitu :

- a) SS : Sangat Setuju
- b) S : Setuju
- c) TS : Tidak Setuju
- d) STS : Sangat Tidak Setuju

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

¹⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 69.

- a) SS : 4
- b) S : 3
- c) TS : 2
- d) STS : 1

D. Devinisi Variabel

Devinisi variabel penelitian adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya/terpengaruhnya variabel dependen.¹¹ Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan promosi sebagai variabel bebas. Dimana promosi ini mempunyai beberapa bentuk, sebagai berikut:

Tabel : 3.1

Bentuk-bentuk variabel bebas

Variabel	Indikator
Promosi	<ul style="list-style-type: none"> - Periklanan - Publisitas - Promosi Konsumen

¹¹ *Ibid.*, 48.

2. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹² Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan minat nasabah sebagai variabel terikat, dimana minat nasabah mempunyai beberapa bentuk, sebagai berikut:.

Tabel : 3.2

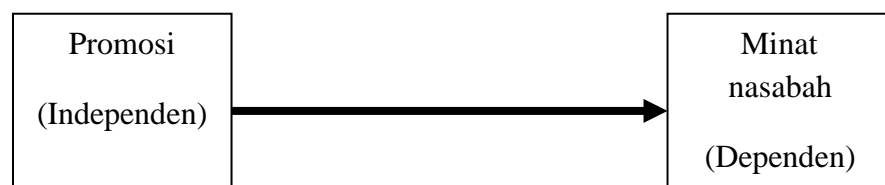
Bentuk-bentuk Variabel Terikat

Variabel	Indikator
Minat nasabah	- Hasil Positif - Rasa Aman - Keyakinan

Adapun hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka variabel Independen sebagai variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen sebagai variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi variabel independen, digambarkan sebagai berikut:

Gambar : 3.1

Hubungan variabel independen dan dependen



¹²Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D", (Bandung: Alfabeta, 2009), 39.

E. Teknik Pengolahan Data

1. Pengeditan adalah pemeriksaan kembali data. Data tentang laporan yang diperoleh terutama dari segi kelengkapan, kejelasan data, keserasian dan keselarasan antara yang satu dengan yang lainnya, relevansi dan kesegaraman baik satuan maupun kelompok.
2. Memberi kode adalah pemberian kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis.
3. Mengkategorisasi data adalah pengelompokan kategori yang sama, menyusun, merumuskan dan menetapkan setiap kategori untuk proses penyederhanaan ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen digunakan untuk mengukur variabel dengan menggunakan skala likert. Skala likert dalam penelitian ini meliputi skala promosi dan skala minat nasabah. Bentuk skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala tertutup yang diberikan terstruktur, yaitu jawaban pertanyaan yang diajukan sudah disediakan. Kemudian subjek diminta untuk memilih satu jawaban yang paling sesuai dengan dirinya. Format jawaban dan tingkatan yang tersedia meliputi:

Tabel : 3.3

Format Skor Jawaban

Kategori Respon	Skor Item F (<i>Favorable</i>)	Skor Item UF (<i>Unfavorable</i>)
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

Alat utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang ditujukan kepada nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa sebagai berikut:

Tabel : 3.4

**Data Penelitian Variabel Promosi
dan Minat Nasabah**

Variabel	Indikator	Pernyataan
Promosi	Periklanan	1 Iklan di BNI Syariah Dharmawangsa menarik bagi anda.
		2 Iklan di BNI Syariah Dharmawangsa yang disampaikan tidak berlebihan.
		3 Iklan yang disampaikan di BNI Syariah Dharmawangsa mudah dimengerti.
		4 Anda berkenan dengan berbagai program sponsorsip/ seminar/ amal yang dilakukan di BNI Syariah Dharmawangsa.
	Publisitas	5 Program yang diadakan di BNI Syariah Dharmawangsa menjadikan citra positif bagi Bank.
		6 Berbagai program yang

		<p>disampaikan BNI Syariah menarik perhatian anda.</p> <p>7 Pemberian hadiah memberikan daya tarik bagi anda.</p>
	Promosi Konsumen	<p>8 Promosi penjualan mempermudah anda untuk mengenal produk-produk BNI Syariah Dharmawangsa.</p> <p>9 Karyawan selalu ramah dalam melayani nasabah.</p> <p>10 Silaturahmi pegawai dan nasabah terjalin baik.</p>
Minat Nasabah	Hasil Positif	<p>1 Saya tertarik dengan promosi yang ditawarkan BNI Syariah.</p> <p>2 Saya memilih produk deposito iB hasanah di BNI syariah karena tertarik dengan promosi yang disampaikan.</p> <p>3 Saya tertarik produk deposito iB hasanah BNI Syariah karena citra positif dari program yang diselenggarakan.</p>
	Rasa Aman	<p>4 Saya memilih produk deposito iB hasanah di BNI syariah karena selalu memberikan rasa aman.</p> <p>5 Saya merasa aman produk deposito iB hasanah di BNI syariah karena bebas riba.</p> <p>6 Pelayanan produk deposito iB Hasanah di BNI syariah Dharmawangsa tidak kami dapatkan dari bank lain.</p> <p>7 Prinsip bagi hasil mempengaruhi Saya dalam memilih menabung di BNI Syari'ah.</p>
	Keyakinan	<p>8 Produk Bank BNI Syari'ah memberikan kemudahan dalam bertransaksi.</p> <p>9 Saya memilih menabung di BNI Syari'ah termotivasi oleh pelayanan yang sesuai dengan syari'ah.</p>

		10 Saya menabung di BNI Syari'ah dipengaruhi oleh teman, rekan kerja atau saudara.
--	--	--

Namun sebelumnya perlu diadakan uji validitas dan reliabilitas terhadap alat ukur tersebut :

1. Uji Validitas

Uji validitas skala *korelasi* promosi menggunakan bantuan komputer program *Statistical Package For Sosial Science (SPSS) Version 16.0 For Windows*. Syarat bahwa item-item dikatakan valid adalah apabila nilai korelasi *r* hitung harus positif dan lebih besar atau sama dengan *r* tabel, dimana untuk subjek ketentuan $df = N - 2$. Pada penelitian ini, jumlah subjek (*N*) adalah 42, berarti $42 - 2 = 40$ dengan menggunakan taraf signifikan 5%, maka diperoleh nilai *r* tabel koefisien korelasi *pearson* adalah 0,304 (Lihat pada lampiran *r* tabel koefisien korelasi *pearson*).¹³

Uji validitas yang dilakukan pada variabel promosi diperoleh hasil sebagai berikut adapun kaidah yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a) Jika harga *corrected item total corelation* bertanda positif dan $<$ *r* tabel, maka item tidak valid.

¹³ Muhid, Abdul. *Analisis Statistik SPSS for Windows*. (Surabaya: LEMLIT IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2010)

- b) Jika harga *corrected item total correlation* bertanda negatif dan < r tabel, maka item tidak valid.
- c) Jika harga *corrected item total correlation* bertanda negatif dan > r tabel, maka item tidak valid.
- d) Jika harga *corrected item total correlation* bertanda positif dan > r tabel, maka item valid.

Berdasarkan harga *corrected item total correlation* tiap item pada variabel promosi diperoleh hasil sebagai berikut:

Terdapat 10 item pernyataan pada variabel promosi. Hasil uji validitas yang dilakukan, dari 10 item terdapat 6 item yang valid yaitu nomor 1, 2, 4, 5, 6, dan 10. Sedangkan item yang tidak valid yaitu nomor 3, 7, 8, dan 9, sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel : 3.5
Uji Validitas Promosi

Item-Total Statistics

Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
item1	.361	,304	Valid
item2	.308	,304	Valid
item3	- .238	,304	Tidak valid
item4	.554	,304	Valid

item5	.309	,304	Valid
item6	.469	,304	Valid
item7	-.158	,304	Tidak valid
item8	-.191	,304	Tidak valid
item9	-.267	,304	Tidak valid
item10	.354	,304	valid
Total	1.000		

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 10 item pada variabel promosi terdapat 6 item yang valid yaitu nomor 1, 2, 4, 5, 6, dan 10. Sedangkan item yang tidak valid yaitu nomor 3, 7, 8, dan 9.

Sedangkan berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada variabel minat nasabah diperoleh hasil sebagai berikut:

Adapun kaidah yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a) Jika harga *corrected item total corelation* bertanda positif dan < r tabel, maka item tidak valid.
- b) Jika harga *corrected item total corelation* bertanda negatif dan < r tabel, maka item tidak valid.
- c) Jika harga *corrected item total corelation* bertanda negatif dan > r tabel, maka item tidak valid.

d) Jika harga *corrected item total correlation* bertanda positif dan $>$ r tabel, maka item valid.

Terdapat 10 item pernyataan pada skala minat nasabah. Hasil uji validitas yang dilakukan, dari 10 item terdapat 9 item yang valid yaitu item 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, dan 10. Sedangkan item yang tidak valid adalah 1 item yaitu item 5, sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel: 3.6
Uji Validitas Minat Nasabah

Item-Total Statistics

Item	Corrected Item- Total Correlation	r tabel	Keterangan
item1	.493	,304	Valid
item2	.368	,304	Valid
item3	.364	,304	Valid
item4	.448	,304	Valid
item5	.271	,304	Tidak vaid
item6	.470	,304	Valid
item7	.466	,304	Valid
item8	.512	,304	Valid
item9	.385	,304	Valid
item10	.333	,304	valid

Item-Total Statistics

Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
item1	.493	,304	Valid
item2	.368	,304	Valid
item3	.364	,304	Valid
item4	.448	,304	Valid
item5	.271	,304	Tidak valid
item6	.470	,304	Valid
item7	.466	,304	Valid
item8	.512	,304	Valid
item9	.385	,304	Valid
item10	.333	,304	valid
Total	1.000		

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 10 item pada variabel minat nasabah terdapat 9 item yang valid yaitu nomor 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9 dan 10. Sedangkan item yang tidak valid adalah 1 item yaitu item 5.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran tinggi rendahnya prngukuran diulangi dua kali atau lebih.¹⁴ Teknik yang *digunakan* dalam menganalisis hasil reliabilitas variabel promosi adalah dengan menggunakan bantuan program *SPSS Version 16.0 For Windows*.

Perhitungan *reliabilitas* pada penelitian ini menggunakan uji *Alpha* dengan bantuan *SPSS Version 16.0 For Windows*. Pengukuran *reliabilitas* adalah dengan menentukan besar nilai r tabel dengan ketentuan $df = N - 2$. Pada penelitian ini $N = 42$ berarti $42 - 2 = 40$ dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka diperoleh nilai r tabel 0,304 (lihat di r tabel yang telah dilampirkan).

Uji reliabilitas yang dilakukan pada variabel promosi diperoleh hasil sebagai berikut:

Adapun kaidah yang digunakan sebagai berikut:

- a) Jika harga r *Alpha* bertanda positif dan $< r$ tabel, maka variabel tidak reliabel,
- b) Jika harga r *Alpha* bertanda negatif dan $< r$ tabel, maka variabel tidak reliabel,

¹⁴Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia, 1995), 122.

- c) Jika harga r *Alpha* bertanda negatif dan $> r$ tabel, maka variabel tidak reliabel,
- d) Jika harga r *Alpha* bertanda positif dan $> r$ tabel, maka variabel dikatakan reliabel.

Dari hasil uji validitas 10 item variabel promosi diatas terapat 10 item yang valid yaitu nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, dan 10. Sedangkan item yang tidak valid yaitu item 0. Maka selanjutnya adalah menganalisis *reliabilitas*.

Adapun hasil uji reliabilitas variabel promosi sebagai berikut:

Tabel : 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.673	11

Dari tabel di atas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,673 dari nilai r tabel 0,304. Sesuai kaidah diatas Jika harga r *Alpha* bertanda positif dan $> r$ tabel, maka variabel dikatakan reliabel. Variabel promosi ini sangat *reliabel* untuk dijadikan alat ukur dimana nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,673 $>$ 0,304. Artinya semua item tersebut sangat reliabel untuk menguji variabel promosi.

Sedangkan hasil uji *reliabilitas* yang dilakukan pada variabel minat nasabah dalam memilih produk diperoleh hasil sebagai berikut:

Adapun kaidah yang digunakan sebagai berikut:

- a) Jika harga r *Alpha* bertanda positif dan $< r$ tabel, maka variabel tidak reliabel,
- b) Jika harga r *Alpha* bertanda negatif dan $< r$ tabel, maka variabel tidak reliabel,
- c) Jika harga r *Alpha* bertanda negatif dan $> r$ tabel, maka variabel tidak reliabel,
- d) Jika harga r *Alpha* bertanda positif dan $> r$ tabel, maka variabel dikatakan *reliabel*.

Dari hasil ujivaliditas 10 item variabel minat nasabah diatas terdapat 9 item yang valid yaitu nomor 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9 dan 10. Sedangkan 1 item yang tidak valid yaitu item 5. Maka selanjutnya adalah menganalisis *reliabilitas*.

Adapun uji *reabilitas* variabel minat nasabah terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel : 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	11

Dari tabel di atas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,709 > dari nilai *r* tabel 0,304, berarti 0,709 > 0,304. Sesuai kaidah di atas Jika harga *r Alpha* bertanda positif dan > *r* tabel, maka variabel minat nasabah dalam memilih produk ini *reliabel* sangat reliabel untuk dijadikan alat ukur. Artinya semua item tersebut sangat reliabel sebagai instrumen untuk menguji variabel minat nasabah dalam memilih produk.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyerderhanaan data ke bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil lapangan, dan juga bagian yang sangat penting karena dengan analisis data tersebut dapat memberikan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji dua variabel tentang hubungan promosi dengan minat nasabah memilih produk, maka teknik yang digunakan adalah *Analysis Korelasi Product Moment*. Analisis *korelasi* merupakan suatu hubungan antara dua variabel

dengan variabel lainnya. Pemilihan model ini dengan alasan bahwa penelitian ini untuk mencari hubungan dan membuktikan hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval (suatu skala yang mempunyai rentangan konstan antara tingkat satu dengan yang aslinya, tetapi tidak mempunyai angka 0 mutlak) atau *ratio* (suatu skala yang mempunyai rentangan konstan dan mempunyai angka 0 mutlak)¹⁵, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama.¹⁶ Penghitungan analisis dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program *Statistical Package For Sosial Science (SPSS) for windows* 16.0.

Penggunaan analisis data statistik analisis *korelasi* mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Oleh karena itu sebelum dilakukan analisis data statistik, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengujian normalitas data. Teknik yang digunakan untuk menguji normalitas data adalah dengan menggunakan teknik dengan rumus *Kolmogrov-Smirnov* dan *Shaphiro-Wilk*. Peneliti harus membuktikan terlebih dahulu apakah data yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak, dengan cara terlebih dahulu melakukan uji prasyarat analisis yaitu uji normalitas dan linieritas untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisa itu berdistribusi normal atau tidak, sebagai berikut:

¹⁵Agus Rianto, “*Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*”,(Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009). 19.

¹⁶Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*”,(Bandung: Alfabeta, 2009), 243.

1. Uji Normalitas dan Uji Linieritas

a) Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan program *SPSS for windows* 16,0. Ketentuan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shaphiro – Wilk* jika responden > 50 , maka membacanya pake *Kolmogorov-Smirnov*, sedangkan jika responden ≤ 50 , maka membacanya pake *Shaphiro – Wilk*. Kaidah yang digunakan untuk menguji normalitas adalah: Kaidah yang digunakan untuk menguji normalitas data dengan menggunakan rumus *kolmogorov-smirnov* dan *shaphiro-wilk* adalah jika taraf signifikansi (*significan celevel*) $< 0,05$, maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika taraf signifikansi (*significance level*) $> 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal. Berikut adalah tabel hasil perhitungannya:

Tabel : 3.9
Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Promosi	.203	42	.000	.878	42	.000
Minatnasa bah	.128	42	.081	.925	42	.009

a. Lilliefors Significance Correction

Kaidah yang digunakan untuk menguji normalitas data dengan menggunakan rumus *kolmogorov-smirnov* dan *shaphiro – wilk* adalah jika taraf signifikansi (*significance level*) $< 0,05$, maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika taraf signifikansi (*significance level*) $> 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.

Berdasarkan uji normalitas variabel promosi data menggunakan rumus *Kolmogorof-Smirnov* dan *Saphiro-Wilk* tersebut diatas untk rumus *Kolmogorof-Smirnov* diperoleh harga statistic = 0,878 dengan derajat kebebasan $df = 42$ dan nilai signifikan sebesar 0.000. Sedangkan uji normalitas variabel minat nasabah dalam memilih produk data menggunakan rumus *Kolmogorof-Smirnov* dan *Saphiro-Wilk* tersebut diatas untk rumus *Kolmogorof-Smirnov* diperoleh harga statistic = 0,925 dengan derajat kebebasan $df = 42$ dan nilai signifikan sebesar 0.009.

b) Uji Linieritas

Uji Linieritas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Regresi dengan bantuan program *SPSS For Windows* 16,0. Kaidah yang digunakan untuk menguji linieritas hubungan adalah jika signifikansi $< 0,05$ maka

hubungannya adalah linier, sebaliknya jika signifikansi $> 0,05$ maka hubungannya adalah tidak linier. Berikut adalah tabel hasil perhitungannya:

Tabel : 3.10
Hasil Uji Linieritas

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minatnasabah	32.79	3.719	42
Promosi	33.12	2.624	42

Correlations

		Minatnasabah	promosi
Pearson Correlation	Minatnasabah	1.000	.460
	Promosi	.460	1.000
Sig. (1-tailed)	Minatnasabah	.	.001
	Promosi	.001	.
N	Minatnasabah	42	42
	Promosi	42	42

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	promosi ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: minatnasabah

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.460 ^a	.212	.192	3.343	1.242

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.460 ^a	.212	.192	3.343	1.242

a. Predictors: (Constant), promosi

b. Dependent Variable: minatnasabah

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	119.978	1	119.978	10.734	.002 ^a
Residual	447.094	40	11.177		
Total	567.071	41			

a. Predictors: (Constant), promosi

b. Dependent Variable:
minatnasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.199	6.609		1.694	.098
	Promosi	.652	.199	.460	3.276	.002

a. Dependent Variable:
minatnasabah

Residuals Statistics^a

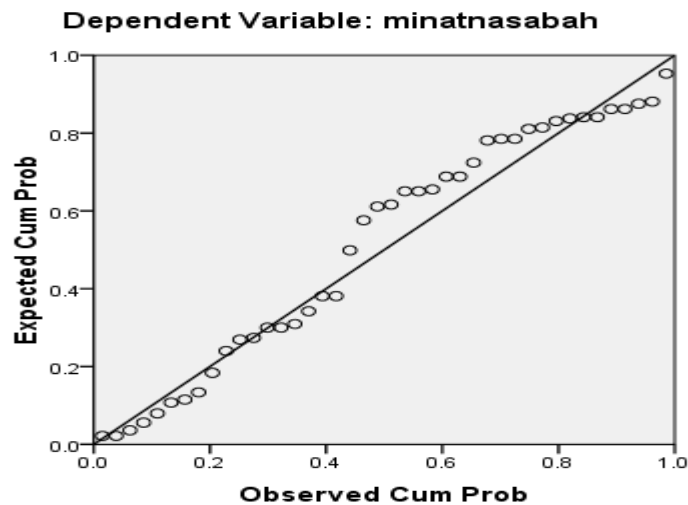
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	28.15	35.32	32.79	1.711	42
Residual	-6.753	5.595	.000	3.302	42
Std. Predicted Value	-2.713	1.479	.000	1.000	42

Std. Residual	-2.020	1.674	.000	.988	42
---------------	--------	-------	------	------	----

a. Dependent Variable: minatnasabah

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari tabel diatas diperoleh harga R Square = 0,212 diambil dari *model summary*, dengan F = 10,734 diambil dari *anova*, signifikasi = 0,002. Hasil uji normalitas data ini menunjukkan kedua variabel berdistribusi normal, namun pada hasil uji linieritas data ini menunjukkan hubungan yang linier. Oleh karena itu, teknis analisis data menggunakan *statistik korelasi product moment* karena kedua variabel memiliki data yang berdistribusi normal.

2. Analisis Korelasi *Product Moment*

Analisis korelasi product moment digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Menurut Sugiyono (2007)¹⁷ pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = Sangat Rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Kuat

0,80 – 1,000 = Sangat Kuat

Koefisien korelasi produk moment dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

x = Variabel Pertama

y = Variabel Kedua

n = Jumlah Data

¹⁷ Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*. (Yogyakarta : Mediakom, 2009), 54.

Uji korelasi dapat menghasilkan korelasi yang bersifat positif (+) dan negatif (-). Jika korelasinya positif (+) maka hubungan keduanya bersifat searah (berbanding lurus), yang berarti semakin tinggi nilai variabel bebas maka semakin tinggi pula nilai variabel terikatnya, dan sebaliknya. Jika korelasinya negatif (-) maka hubungan kedua variabel bersifat tidak searah (berbanding terbalik), yang artinya semakin tinggi nilai variabel bebas maka semakin rendah nilai variabel terikatnya.

Nilai koefisien korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, dengan ketentuan nilai semakin mendekati angka 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun).