

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan dan tujuan masalah yang telah dijelaskan, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (2008:5), apabila untuk data yang sama peneliti menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa, maka penelitian tersebut tidak lagi dinamakan penelitian deskriptif melainkan penelitian pengujian hipotesa atau penelitian penjelasan (*explanatory research*). Dalam pelaksanaannya, penelitian ini nantinya akan menjelaskan mengenai hubungan sebab akibat atau kausal antara variabel, seperti pernyataan Singarimbun bahwa penelitian penjelasan (*explanatory research*) digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesa, sehingga dalam penelitian ini metode eksplanatory digunakan untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel-variabel Bauran Pemasaran yaitu variabel: Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Proses (X_4), Orang (X_5), Bukti Fisik (X_6), Lokasi (X_7) berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang (Y).

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan dan pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Arikunto (2002:10) menyatakan bahwa sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari

pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Simamora (2004:111), survei adalah metode riset yang dalam pengumpulan data primer melakukan tanya-jawab dengan responden. Metode ini menggunakan teknik komunikasi (langsung ataupun tidak langsung) dalam pengumpulan data.

B. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah pada perusahaan yang bergerak di bidang lembaga keuangan perbankan syariah, tepatnya PT. Bank Muamalat (Persero), Tbk. Cabang Malang di Jl. Kawi Atas No. 36 A Kota Malang.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Gulo dalam Simamora (2004:21) menjelaskan, konsep adalah istilah atau simbol yang memiliki pengertian tertentu. Sedangkan menurut Zikmund dalam Simamora (2004:21), konsep adalah generalisasi ide tentang kelas objek, atribut, kejadian atau proses. Sedangkan menurut Cooper dan Schindler dalam Simamora (2004:21), konsep adalah sekumpulan pengertian atau karakteristik yang bisa diasosiasikan dengan kejadian, objek, keadaan, situasi, atau perilaku tertentu.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsep adalah sejumlah pengertian *general* tentang istilah, simbol, objek, atribut, kejadian, situasi, keadaan, perilaku dan proses. Semakin dekat suatu konsep kepada fakta, maka semakin mudah konsep tersebut untuk diukur. Definisi konseptual dari penelitian ini, dijelaskan sebagai berikut :

a. Konsep Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran jasa adalah konsep pemasaran yang menggabungkan beberapa variabel bauran pemasaran tradisional yang terdiri dari 4P yaitu *Product* (produk), *promotion* (promosi), *place* (lokasi), *price* (harga) dengan variabel-variabel bauran pemasaran jasa yang diperluas dengan tambahan 3P terdiri dari *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses)

b. Konsep Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah keputusan konsumen dalam melakukan pemilihan pembelian produk. Dalam konteks jasa perbankan, nasabah adalah konsumen yang melakukan pemilihan untuk kemudian memutuskan untuk menabung yang sebelumnya telah melalui beberapa tahapan atau proses keputusan pembelian/menabung yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian/menabung dan perilaku pasca pembelian/menabung.

2. Variabel

Durianto, Sugiarto, dan Sijinjak (2001:35) menjelaskan, variabel adalah karakter yang akan diobservasi dari unit amatan yang merupakan suatu atribut dari sekelompok objek dengan ciri adanya variasi antara satu objek dengan objek lain dalam kelompok tertentu. Sedangkan menurut Simamora (2004:26), variabel adalah segala sesuatu yang memiliki beragam nilai atau karakteristik, sifat, atau atribut yang diukur, atau suatu simbol yang kepadanya nilai-nilai diberikan.

Pada penelitian ini, terdapat dua variabel yang masing-masing berfungsi sebagai variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Aritonang (2007:29) menjelaskan, variabel dependen adalah variabel yang dimaksudkan untuk dijelaskan (dihubungkan, dibandingkan, dibedakan, diprediksi) dan variabel independen adalah variabel yang digunakan untuk menjelaskan (menghubungkan, membandingkan, memprediksi) variabel dependen.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel Bauran Pemasaran Jasa dan variabel Proses Keputusan Pembelian/menabung. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen atau bebas adalah Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Proses (X_4), Orang (X_5), Bukti Fisik (X_6), Lokasi (X_7) sedangkan variabel dependen atau terikat adalah Proses Keputusan menabung (Y).

3. Definisi Operasional

Simamora (2004:24) menjelaskan, definisi operasional adalah definisi yang dibuat spesifik sesuai dengan kriteria pengujian atau pengukuran. Tidak peduli konsepnya nyata ataukah abstrak, definisi harus dibuat sedemikian sehingga mencerminkan karakteristik dan cara pengukurannya. Tujuannya adalah agar pembaca lain juga memiliki pengertian yang sama.

Sedangkan Aritonang (2007:116) menjelaskan, definisi operasional variabel penelitian berisi semua kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data empiris-kuantitatifnya; merupakan spesifikasi mengenai apa yang akan diukur dan bagaimana mengukurnya. Jadi, inti dari definisi operasional adalah apa saja yang dilakukan untuk memperoleh data mengenai suatu variabel.

Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Variabel Bebas

1) Produk (X_1)

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Indikator variabel Produk yang akan diteliti yaitu : Terpenuhinya kebutuhan dan keinginan nasabah.

2) Harga (X_2)

Harga adalah nilai yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan perbankan. Dalam konteks perbankan harga adalah nilai yang dibebankan kepada nasabah untuk mendapatkan jasa perbankan. Dalam perbankan syariah harga ini juga disebut sebagai nilai bagi hasil.

Indikator variabel ini adalah :

- a. Biaya bagi hasil
- b. Biaya Administrasi

3) Promosi (X_2)

Yaitu seperangkat instrumen yang digunakan oleh Bank Muamalat dalam mensosialisasikan produk dan usaha perbankannya. Aktivitas promosi adalah menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia memberi keputusan dalam menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Indikator variabel ini adalah :

- a. Periklanan.
- b. Promosi Penjualan.
- c. Hubungan masyarakat dan Publisitas.
- d. Penjualan secara pribadi

4) Proses (X_3)

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.

Indikator variabel ini adalah : Prosedur Transaksi.

5) Orang (X_4)

Yaitu semua orang atau karyawan yang berperan dalam penyajian jasa perbankan sehingga mempengaruhi persepsi nasabah. Indikator variabel ini adalah : Etiket.

6) Bukti Fisik (X_5)

Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Indikator variabel ini adalah :

- a. Interior ruangan
- b. Eksterior ruangan

7) Tempat/Lokasi (X_6)

Lokasi dalam konteks perbankan adalah terjangkauanya letak Bank sekaligus terjangkauanya ATM (Anjungan Tunai Mandiri) yang dapat diakses oleh nasabah. Indikator variabel ini adalah :

- a. Lokasi Kantor Bank Muamalat Indonesia (BMI)
- b. Lokasi Anjungan Tunai Mandiri (ATM)

B. Variabel Terikat

Variabel terikatnya adalah Proses Keputusan Menabung, yaitu tahapan pada saat calon nasabah akan memutuskan untuk menabung di Bank Muamalat. Indikator variabel ini adalah pertimbangan-pertimbangan dalam proses keputusan menabung.

Berdasarkan konsep, variabel, definisi operasional dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4
Konsep, Variabel, Indikator dan Item

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Bauran Pemasaran Jasa	Produk (X1)	Terpenuhinya kebutuhan dan keinginan nasabah	a. Beraneka ragamnya produk yang ditawarkan BMI. b. Produk BMI yang syariah.
	Harga (X2)	1. Bagi hasil	Bagi hasil yang sesuai syariah dan adil
		2. Biaya administrasi	Biaya administrasi yang murah
	Promosi (X3)	1. Periklanan	Iklan BMI yang menarik
		2. Promosi Penjualan	Hadiah dan undian langsung
		3. Hubungan masyarakat dan publisitas	Even tertentu atau perusahaan tertentu yang disponsori oleh BMI.
		4. Penjualan secara pribadi	Presentasi secara pribadi oleh tenaga pemasar BMI.
	Proses (X4)	Prosedur Transaksi	a. Transaksinya lebih mudah b. Transaksinya lebih cepat

Konsep	Variabel	Indikator	Item
	Orang (X5)	Etiket	a. Karyawan BMI berpenampilan menarik b. Karyawan BMI Tanggap dan cepat c. Karyawan BMI ramah dalam pelayanan d. Karyawan BMI terampil dan berpengetahuan luas.
	Bukti Fisik (X6)	1. Interior Ruangan	a. Kondisi ruangan BMI yang bersih. b. Fasilitas didalam ruangan yang memadai (AC, TV, Majalah, dll) c. Lay out kantor BMI yang menarik.
		2. Eksterior Ruangan	a. Area parkir yang luas b. Fasilitas parkir yang memadai (tukang parkir, dll)
	Lokasi (X7)	1. Lokasi Kantor	a. Letak kantor strategis dan mudah dicapai b. Jarak yang dekat antara kantor dan rumah c. Banyaknya kantor cabang BMI.
		2. Lokasi ATM	Lokasi ATM yang mudah didapat (terintegrasinya dengan sistem ATM Bersama)
Keputusan Menabung	Keputusan Menabung (Y)	Pertimbangan dalam menabung	a. Minat setelah pengenalan kebutuhan b. Minat setelah pencarian informasi c. Penentuan produk setelah evaluasi alternatif d. Pengambilan keputusanmenabung e. Evaluasi setelah menabung

4. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala Likert. Malhotra (2009:298) menjelaskan, skala Likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Umumnya, masing-masing *item scale* mempunyai lima kategori yang berkisar antara “Sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”. Dalam Sugiyono (2008:93), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Jawaban setiap *item* instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor dengan rincian sebagai berikut :

- | | |
|---|---|
| a. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor | 1 |
| b. Tidak setuju/hampir tidak pernah diberi skor | 2 |
| c. Ragu-ragu/kadang-kadang diberi skor | 3 |
| d. Setuju/sering diberi skor | 4 |
| e. Sangat setuju/selalu diberi skor | 5 |

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Durianto, Sugiarto, dan Sitinjak (2001:26) menjelaskan, populasi berarti keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup dan waktu yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2008:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Malhotra (2009:364) menjelaskan, populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah nasabah Bank Muamalat Cabang Malang.

2. Sampel

Durianto, Sugiarto, dan Sitinjak (2001:26) menjelaskan, sampel adalah sebagian dari observasi yang dipilih dari populasi dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya. Sedangkan menurut Sugiyono (2008:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, Menurut Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2007:255) banyaknya sampel yang diambil dari jumlah populasi yang jumlahnya tidak bisa diketahui secara pasti bisa dihitung dengan menggunakan rumus :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha} \cdot \sigma}{e} \right)^2$$

Dimana :

n = Jumlah sampel Z_{α} = *Standard score* untuk α yg dipilih.

σ = Standar deviasi e = *Sampling Error*

Menggunakan standar deviasi 0,25, tingkat kepercayaan 95,68%, *error* estimasi μ kurang dari 0.0432 maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$\alpha = 0,0432$, maka $Z_{0,0432} = 1,71$

$n = [(1,71 \times 0,25) : 0,0432]^2 = 97,911$

Berdasarkan perhitungan sampel di atas dapat diketahui hasilnya adalah 97,911 sehingga dapat dibulatkan keatas menjadi 98. Sehingga sampel yang akan diambil sebesar 98 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sample*. Menurut Waego (1994:9) *probability sample* merupakan teknik pengambilan sampel yang masing-masing anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk diambil sebagai anggota sampel. Cara demikian dapat digunakan apabila jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Durianto, Sugiarto, dan Sitinjak (2001:14) menjelaskan, data merupakan sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan. Sumber data dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner yang diberikan kepada responden.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang bersifat menunjang, berfungsi sebagai pelengkap data primer.

2. Metode Pengumpulan Data

Menurut Durianto, Sugiarto, dan Sitinjak (2001:14), metode pengumpulan data menunjukkan cara-cara yang dapat ditempuh untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu :

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jawaban tersebut akan diolah dan dianalisis dalam penelitian ini.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada responden dan pihak yang terkait dengan penelitian. Fungsi dari wawancara ini adalah sebagai sarana penunjang kuesioner karena wawancara mendapatkan informasi yang tidak didapat melalui kuesioner.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengumpulkan data di lapangan. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian sebagai berikut:

a. Kuesioner

Merupakan daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden, berfungsi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian dan nantinya akan diolah peneliti.

b. Pedoman Wawancara

Berisi butir-butir yang akan ditanyakan, cara pencatatan, dan pemberian skor (bila diperlukan) atas jawaban responden.

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Sugiyono (2008:267) menjelaskan, validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan menurut Simamora (2004:172), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti.

Menurut Arikunto (2006:170), pengujian validitas instrumen dapat menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* 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 :

r_{xy} = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = banyaknya sampel

X = *item* / pertanyaan

Y = total variabel

Dengan membandingkan indeks korelasi *Product Moment Pearson* dengan level signifikansi 5%, suatu *item* instrumen dapat diketahui kevalidannya. Apabila probabilitas hasil korelasi di bawah 0,05 (5%), instrumen dinyatakan valid. Sebaliknya, bila probabilitas hasil korelasi di atas 0,05 (5%), maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Berikut adalah hasil uji validitas :

Tabel 5
Hasil Uji Validitas

Variabel	No.Item	r hitung	sig.	Keterangan
Produk	X1.1	0,864	0,000	Valid
	X1.2	0,833	0,000	Valid
Harga	X2.1	0,832	0,000	Valid
	X2.2	0,874	0,000	Valid
Promosi	X3.1	0,717	0,000	Valid
	X3.2	0,881	0,000	Valid
	X3.3	0,834	0,000	Valid
	X3.4	0,776	0,000	Valid

Proses	X4.1	0,949	0,000	Valid
	X4.2	0,950	0,000	Valid
Orang	X5.1	0,797	0,000	Valid
	X5.2	0,824	0,000	Valid
	X5.3	0,816	0,000	Valid
	X5.4	0,872	0,000	Valid
Bukti Fisik	X6.1	0,702	0,000	Valid
	X6.2	0,784	0,000	Valid
	X6.3	0,823	0,000	Valid
	X6.4	0,685	0,000	Valid
	X6.5	0,703	0,000	Valid
Lokasi	X7.1	0,795	0,000	Valid
	X7.2	0,804	0,000	Valid
	X7.3	0,714	0,000	Valid
	X7.4	0,764	0,000	Valid
Proses Keputusan Menabung	Y1	0,683	0,000	Valid
	Y2	0,735	0,000	Valid
	Y3	0,670	0,000	Valid
	Y4	0,737	0,000	Valid
	Y5	0,656	0,000	Valid

Sumber : Data Primer diolah, Lampiran 4

Berdasarkan hasil pada tabel 5 di atas, diketahui bahwa semua item penelitian baik pada variabel dependen maupun variabel independen memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari taraf nyata 0,05 dan r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,199). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan tersebut telah valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

2. Reliabilitas

Simamora (2004:177) menjelaskan, reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Menurut Arikunto (2006:196), untuk menguji reliabilitas instrumen, dapat digunakan rumus Alpha Cronbach yaitu :

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

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

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

σ_t^2 = varians total

Malhotra (2009:31) menjelaskan, suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,6 ($\alpha \geq 0,6$). Sebuah nilai 0,6 atau kurang secara umum mengindikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan.

Berikut hasil uji Reliabilitas :

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Produk	0,610	Reliabel
Harga	0,624	Reliabel
Promosi	0,805	Reliabel
Proses	0,891	Reliabel
Orang	0,839	Reliabel
Bukti Fisik	0,793	Reliabel
Lokasi	0,767	Reliabel
Proses Keputusan Menabung	0,733	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, Lampiran 4

Berdasarkan tabel 6 di atas diketahui bahwa nilai alpha cronbach pada variabel dependen dan independen berada di atas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut telah *reliable* dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

G. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Menurut Simamora (2004:231), analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel. Hasil analisis ini juga dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan alat analisis dalam uji hipotesis

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan persamaan yang menyatakan hubungan antara sebuah variabel terikat dengan variabel bebas. Metode ini digunakan untuk mengetahui variabel yang dominan terhadap variabel terikat dan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh koefisien regresi.

Simamora (2004:339) menjelaskan, regresi linier berganda digunakan apabila variabel independen berjumlah dua atau lebih. Persamaan untuk n variabel adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Proses Keputusan Menabung

X = Variabel Independen yang terdiri dari produk (X1), harga (X2), promosi (X3), proses (X4), orang (X5), bukti fisik (X6), dan lokasi (X7)

a = konstanta

b = koefisien regresi

Uji statistik F digunakan untuk menguji persamaan regresi secara keseluruhan yaitu apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variasi variabel terkait. Analisis ini dilakukan untuk menguji apakah variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3), proses (X4), orang (X5), bukti fisik (X6), dan lokasi (X7) yang dihasilkan dari persamaan regresi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Proses Keputusan Menabung (Y). Menurut Malhotra (2010:235), rumus Uji F dijelaskan sebagai berikut:

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}}$$

Keterangan :

F = rasio

R = korelasi ganda

k = jumlah variabel bebas

n = banyaknya sampel

3. Analisis Regresi Parsial

Analisis regresi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Rumus uji t dalam Rangkuti (2007:155) yaitu:

$$t = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Keterangan:

b_1 = penduga bagi β_1

Sb_1 = standar *error* dari β

Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan, maka hipotesis pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. $H_0 = 0$, artinya tidak ada pengaruh antara variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3), proses (X4), orang (X5), bukti fisik (X6), dan lokasi (X7) berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat (Y).
- b. $H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara variabel Produk (X1), harga (X2), promosi (X3), proses (X4), orang (X5), bukti fisik (X6), dan lokasi (X7) berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat (Y).

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan probabilitas t_{tabel} dengan α ($\alpha = 0.05$) yaitu :

- a. Apabila probabilitas $t_{tabel} > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari

variabel Produk (X1), harga (X2), promosi (X3), proses (X4), orang (X5), bukti fisik (X6), dan lokasi (X7) berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat (Y).

b. Apabila probabilitas $t_{\text{tabel}} \leq 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel Produk (X1), harga (X2), promosi (X3), proses (X4), orang (X5), bukti fisik (X6), dan lokasi (X7) berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat (Y).

