

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih untuk dijadikan sebagai tempat penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini adalah Bank Syariah Mandiri kantor cabang Yogyakarta yang terletak di Jl. Kyai Mojo No. 27 – 29 Yogyakarta.

3.2 Variabel Penelitian

3.2.1 Variabel independen

Yang termasuk dalam variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor motivasi yang dalam hal ini sangat mungkin dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya meliputi : fasilitas, pelayanan, persyaratan menabung, sistem bagi hasil yang ditawarkan dan agama.

3.2.2 Variabel dependen

Yang termasuk dalam variabel dependen dalam penelitian mengenai motivasi konsumen menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri adalah nasabah itu sendiri yang meliputi beberapa karakteristik diantaranya: usia, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan.

3.3 Definisi Operasional Variabel

1. Faktor motivasi yang dijadikan tolok ukur dalam penelitian pada nasabah

Bank Syariah Mandiri disini adalah :

a. Fasilitas yang dimiliki bank antara lain:

- Atm 24 jam
- Kartu Atm
- Fasilitas tabungan mabrur haji dan umrah
- Pembiayaan untuk kegiatan usaha

b. Pelayanan yang diberikan bank antara lain:

- Keramahan pegawai
- Tempat antrian (kursi)
- Tempat parkir yang luas
- Ruang ber-AC

c. Persyaratan yang mudah antara lain:

- Mengisi dan menandatangani formulir
- Menyerahkan fotocopy identitas
- Setoran awal pembukuan rekening Rp. 25.000,-

d. Sistem bagi hasil yang ditawarkan bank

Hal ini berkaitan dengan sistem bagi hasil yang ditawarkan pihak bank sebagai pengganti bunga yang sebagian umat muslim menyebutnya haram atau riba.

e. Agama yang dianut nasabah:

Selain umat muslim, tabungan syariah mandiri tidak menutup kemungkinan untuk agama lain membuka rekeningnya.

2. Faktor-faktor lain yang akan mempengaruhi motivasi nasabah pada Perbankan Syariah antara lain:

a. Usia

Tingkat usia responden yang menjadi objek penelitian ini adalah:

- < 16 tahun
- 16 tahun – 25 tahun
- 26 tahun – 35 tahun
- 36 tahun – 45 tahun
- diatas 45 tahun

b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan responden yang menjadi objek penelitian ini adalah:

- Tidak tamat SD
- Tamat SD
- Tamat SLTP
- Tamat SMU
- Sarjana / akademia, dll

c. Jenis Pekerjaan

Adapun jenis pekerjaan responden yang menjadi objek penelitian adalah:

- Pegawai negeri
- Dosen
- Wiraswasta / pegawai swasta
- Pelajar / mahasiswa
- Lain-lain

3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Dimana dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan satu sumber data yaitu :

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang langsung diperoleh dari hasil penelitian pada masing – masing responden terhadap komponen – komponen yang mempengaruhi motivasi responden. Diperoleh melalui kuisisioner yang diajukan langsung oleh penulis kepada setiap nasabah maupun calon nasabah yang ada di Bank Syariah Mandiri.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data yang paling utama kami menggunakan model kuisisioner. Meskipun untuk melengkapi data dari penelitian ini kami juga

menggunakan metode interview dan studi pustaka. Adapun pengertian dari setiap model adalah sebagai berikut:

a. Kuisisioner

Adalah dengan cara membagikan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden baik yang terlibat langsung untuk diminta pendapatnya yang berkaitan dengan bank tersebut.

b. Interview

Adalah dengan mengadakan tanya jawab berkompeten sesuai dengan tujuan penelitian.

c. Studi kepustakaan

Yaitu dengan cara mempelajari literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan data yang menjadi obyek penelitian atau jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan/individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto Ps. dan Pangestu Subagyo, M.B.A, 1993). Untuk mengetahui data dari populasi yang dimaksud, penulis mengambil subjek dari nasabah yang ada di Bank Syariah Mandiri cabang Yogyakarta.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasi) (Djarwanto Ps. dan Pangestu Subagyo, M.B.A, 1993), sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling model judgment sampling*. Untuk memperoleh data, penulis mengambil sebagian subyek dari nasabah yang datang ke Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta sampai jumlah responden yang diinginkan terpenuhi yaitu sebanyak 106 responden agar data yang diperoleh benar-benar valid dan representatif.

Dalam penelitian ini, konsumen yang diambil sebagai sampel adalah nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Dalam menentukan besarnya sampel, penulis menggunakan rumus (Djarwanto Ps. dan Pangestu Subagyo, M.B.A, 1993), dengan estimasi proporsi sebenarnya dalam populasi dengan prosentase minimal 10% ($P= 0,05 \pm 0,10$) diasumsikan dengan derajat keyakinan minimal 95% perhitungan dengan formulasi sebagai berikut:

$$\sigma p = \sqrt{\frac{pq}{n}}$$

$$n = \frac{pq}{\sigma p^2}$$

$$n = \frac{0,05 \times 0,05}{(0,051)^2}$$

$$n = 96 \approx 100$$

Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Keterangan:

$\pm 0,10$ = prosentase harapan

$1,96 \sigma_p$ = derajat keyakinan

$\sigma_p = 0,051$ = standar error ($0,01/1,96$)

q = $(1 - p)$

pq = dispersi sampel (sebagai estimasi populasi dispersi)

3.6 Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Yaitu analisis dari suatu keadaan yang tidak disajikan secara statistik dengan merinci dan menjelaskan secara panjang lebar keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Analisis ini digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen yang diteliti dan motivasi konsumen dalam keputusannya menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri berdasarkan faktor – faktor yang diteliti oleh penulis.

3.6.2 Analisis Statistika

Yaitu analisis yang dilakukan dengan menggunakan teknik statistika. Hasil akhir dari analisis ini biasanya dipergunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian yang diajukan sebelumnya.

- Analisis Varian (Anova)

Uji Anova digunakan untuk mencari perbedaan atau persamaan beberapa rata – rata. Sebelum anova digunakan, maka persyaratan yang harus dipenuhi adalah data setiap kelompok berdistribusi normal, data semua kelompok harus homogen, dan data – data dipilih secara acak atau random (Usman, Husaini dan Akbar, Setiady, Purnomo, 1995, hlm. 149). Dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan rata – rata nilai skor minat nasabah terhadap faktor motivasi, untuk kemudian digunakan untuk menentukan faktor yang paling berpengaruh atau yang paling dominan dalam membentuk motivasi nasabah terhadap keputusannya menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

- Kai kuadrat atau Chi square (X^2)

Kai kuadrat adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji apakah antara frekuensi observasi (f_o) dengan frekuensi diharapkan (f_h) dari observasi yang terbatas merupakan perbedaan yang signifikan atau tidak (Djarwanto Ps. dan Pangestu Subagyo, M.B.A, 1993).

Jadi dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan motivasi yang signifikan yang ditinjau dari karakteristik konsumen (yaitu usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan) terhadap keputusan mereka menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Langkah – langkah perhitungan yang dilakukan :

- a. Menentukan formulasi hipotesa nihil (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a)
- b. Menghitung angka / nilai Kai Kuadrat (X^2) dengan rumus:

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan :

X^2 = kai kuadrat

f_o = frekuensi yang diperoleh dari hasil survey

f_h = frekuensi yang diharapkan

- c. Mencari nilai X^2 dari angka yang terdapat dalam tabel distribusi X^2 untuk derajat kebebasan tertentu dan tingkat keyakinan (*confidence coefficient*) tertentu. Derajat kebebasan (*degree of freedom*) dapat dicari dengan rumus :

$$df = (r - 1) (c - 1)$$

Keterangan :

df = derajat kebebasan

r = jumlah baris

c = jumlah kolom

Sedangkan nilai tingkat keyakinan (*confidence level*) ditentukan sebesar 95 % yaitu mentolerir kesalahan sebesar 5 % sehingga *confidence coefficient* sebesar 0.05

d. membandingkan nilai X^2 hasil perhitungan, dengan nilai X^2 yang diperoleh dari tabel distribusi satu hubungan dinyatakan signifikan apabila X^2 yang diperoleh dari hasil penghitungan adalah sama atau lebih besar dari angka nilai yang terdapat dalam tabel distribusi untuk derajat kebebasan tersebut yang diperoleh

e. Menghitung Koefisien Kontingensi dan Koefisien Kontingensi maksimum

Koefisien Kontingensi (KK) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya atau erat tidaknya antara dua faktor yang digolong-golongkan kedalam beberapa kategori.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

Keterangan :

KK = Koefisien Kontingensi

X^2 = Kai Kuadrat

N = Jumlah sampel total

Agar harga koefisien kontingensi itu dapat digunakan untuk menilai kuat tidaknya hubungan antara faktor itu, maka harga koefisien kontingensi (KK) perlu dibandingkan dengan harga koefisien kontingensi maksimumnya (KK_{maks}). Semakin dekat harga KK dengan

KK_{maks} maka semakin kuat pula hubungan antara kedua faktor, dan sebaliknya jika harga KK dan KK_{maks} semakin jauh maka semakin lemah pula hubungan antara kedua faktor itu.

Harga KK_{maks} dapat dihitung dengan rumus :

$$KK_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Keterangan:

m = minimum antara banyaknya kolom atau baris.

