BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Husein Umar (2005:303) mengemukakan bahwa:

"Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain yang dianggap perlu". Objek dalam penelitian ini adalah "**Pengaruh Lingkungan Eksternal Individu dan Bauran Pemasaran Jasa terhadap Proses Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Cabang Cimahi**".

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif dan Verifikatif. Menurut Sugiyono (2005:21) "Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) menyatakan bahwa "Metode Verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan *analisis linear berganda.*

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar pesnelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Desain penelitian menurut Moh.Nazir (2003:84) bahwa:

"Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian".

Langkah-langkah desain penelitian menurut Umi Narimawati adalah:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menentukan judul penelitian;
2. Mengidentifikasikan masalah yang terjadi;
3. Menetapkan rumusan masalah;
4. Menetapkan tujuan penelitian;
5. Menetukan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dandukungan teori;
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan;

7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data;
8. Melakukan analisis data;
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian;

Tujuan Penelitian	Desain penelitian			
	Jenis penelitian	Metode yang digunakan	Unit analisis	Time horizon
T-1	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Nasabah yang menabung di Bank Mandiri cabang cimahi	Cross sectional
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Nasabah yang menabung di Bank Mandiri cabang cimahi	Cross sectional
T-3	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Nasabah yang menabung di Bank Mandiri cabang cimahi	Cross sectional
T-4,5,6	*Descriptive & verifikatif*	*Descriptive dan explanatory survey*	Nasabah yang menabung di Bank Mandiri cabang cimahi	Cross sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menurut Nur Indriantoro (2002:69) sebagai berikut:

"Penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam

mengoperasionalisasikan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik".

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai pengaruh Lingkungan Eksternal Individu dan Bauran Pemasaran Jasa terhadap Proses Keputusan Menabung nasabah. Maka variabel dapat disajikan dalam table sebagai berikut:

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Lingkungan Eksternal Individu (X1)	Amirullah (2002) mengemukakan bahwa lingkungan eksternal meliputi Budaya, kelompok referensi dan keluarga	1. Budaya 2. Kelompok referensi 3. Keluarga	*Tingkat pemahaman. *Tingkat pertimbangan terhadap saran. *Tingkat dorongan saran keluarga.	ORDINAL
Bauran Pemasaran Jasa (X2)	Kotler (2003:95), marketing mix merupakan *controllable marketing variable* yang saling terkait, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai *marketing objective*-nya dengan efektif, sekaligus kebutuhan dan keinginan konsumen.	1. Produk 2. Harga	* Tingkat kesesuaian dengan keinginan dan kebutuhan *Tingkat besarnya	ORDINAL

			saldo awal.	
		3. Promosi	*Tingkat daya tarik iklan dan brosur.	
		4. Saluran distribusi	*Tingkat kemudahan untuk mencapai lokasi bank	
		5. Karyawan (*people*)	*Tingkat keramahan	
		6. Proses	*Tingkat kemudahan dan kecepatan pelayanan	
		7. Bukti fisik	*Tingkat kenyamanan	
Proses Pengambilan Keputusan (Y)	Kotler (2002 : 212) keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.	1. Pengenalan kebutuhan	*Tingkat kebutuhan	O R D I N A L
		2. Pencarian informasi	*Tingkat keinginan	
		3. Evaluasi alternatif	*Tingkat penilaian alternatif	
		4. Keputusan pembelian	*Tingkat kecenderungan	

		5. Perilaku pasca pembelian	*Tingkat kepuasan	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2009:137) data primer adalah sebagai berikut:

"sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data".

Menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti. Data primer dalam penelitian ini adalah Nasabah.

Sumber data sekunder menurut Sugiyono (2009:137) adalah:

"sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data". menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu dokumentasi perusahaan, jurnal, makalah, buku, dan peneliti terdahulu

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal)

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

1. Populasi

   Menurut umi narimawati (2008:161) populasi adalah "objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian.

   Berdasarkan penelitian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bank Mandiri cabang cimahi.

2. Sampel

   Menurut umi narimawati (2008) sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan *random sampling* .

   random sampling adalah metode penarikan sampel dengan tidak mengelompokan populasi ke dalam berdasarkan kriteria tertentu kemudian memilih secara acak sederhana setiap stratum.

   (*Vincent Gaspersz*, 2000 : 63). Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan *slovin*, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan

n= jumlah sampel

N= jumlah populasi

e= batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diketahui sampel yang akan diambil dalam penelitian ini malalui perhitungan berikut :

$$n = \frac{34226}{1 + 34226.0.10^2}$$

$$= 99{,}02 = 100$$

Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 nasabah yang menabung pada Bank Mandiri cabang cimahi.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data (Observasi, Kuesioner, Wawancara, Dokumentasi)

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*field research)*, dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Observasi (pengamatan langsung)

   Melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati Nasabah yang berkaitan dengan variabel penelitian. Hasil observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

2. Wawancara atau Interview

   Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberiakan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis mengadakan hubungan langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa yang berkaitan dengan pengaruh Lingkungan Eksternal Individu dan Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Menabung.

3. Kuesioner

   Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner adalah yang digunakan kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik keisioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai Lingkungan Eksternal Individu dan Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Menabung.

   Data sekunder ini didaptkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

4. Dokumentasi

   Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan. Mulai dari literatur, buku-buku yang ada.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut **cooper (2006:720) dalam Umi Narimawati** validitas adalah:

"Validity is a characteristic of measurement concerned with the extent that a test measures what the researches actually wishes to measure".

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari korelasi pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N}{\sqrt{[\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}][\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}]}}$$

keterangan:

r = koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji T (taraf signifikasi 5%)

Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n\text{-}2$$

Dimana :

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi pearson

keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5% satu sisi adalah:

1. Item instrument dikatakan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05(165)}$ = 1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument dikatakan tidak valid jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05(165)}$ = 1,9744 maka item tersebut tidak dapat digunakan

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Kuesioner Lingkungan Eksternal Individu

Variabel	Butir Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Lingkungan Eksternal Individu	1	0.867	0.300	Valid
	2	0.603	0.300	Valid
	3	0.583	0.300	Valid
	4	0.540	0.300	Valid
	5	0.594	0.300	Valid
	6	0.758	0.300	Valid

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Kuesioner Bauran Pemasaran Jasa

Variabel	Butir Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Bauran Pemasaran Jasa	1	0.634	0.300	Valid
	2	0.636	0.300	Valid
	3	0.459	0.300	Valid
	4	0.462	0.300	Valid
	5	0.549	0.300	Valid
	6	0.813	0.300	Valid
	7	0.479	0.300	Valid

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Menabung

Variabel	Butir Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Keputusan Menabung	1	0.618	0.300	Valid
	2	0.633	0.300	Valid
	3	0.736	0.300	Valid
	4	0.813	0.300	Valid
	5	0.831	0.300	Valid

3.2.4.2 Uji Reabilitas

Menurut Cooper (2006:716) dalam Umi Narimawati reliabilitas adalah : "reliability is a characteristic of measurenment concerned with acuracy, precision, and consistency".

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh niali r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belah instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan uji reliabilitas adalah *Spilt Half Method* (*Sperman-Brown Correlation*) teknik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kleompok II
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II
4. Korelasikan skor total kelompok I total kelompok II

   2 Γ’ b
   1+ Γ’ b
5. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Gamma'1 = \frac{2\,\Gamma' b}{1+\Gamma' b}$$

Dimana :

Γ’1 = reliabilitas seluruh item

Γ’ b = korelasi product moment antar belahan pertama dan belahan kedua

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel).

Tabel 3.6
E standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reability	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker et al, 2002:70

Tabel 3.7

E standar Penilaian Koefesien Validitas dan Reabilitas Lingkungan Eksternal Individu

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Lingkungan Eksternal Individu	1	0.867	0.300	Valid	0.745	0.700	Reliabel
	2	0.603	0.300	Valid			
	3	0.583	0.300	Valid			
	4	0.540	0.300	Valid			
	5	0.594	0.300	Valid			
	6	0.758	0.300	Valid			

Tabel 3.8

E standar Penilaian Koefesien Validitas dan Reabilitas Bauran Pemasaran Jasa

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Bauran Pemasaran Jasa	1	0.634	0.300	Valid	0.752	0.700	Reliabel
	2	0.636	0.300	Valid			
	3	0.459	0.300	Valid			
	4	0.462	0.300	Valid			
	5	0.549	0.300	Valid			
	6	0.813	0.300	Valid			
	7	0.479	0.300	Valid			

Tabel 3.9

E standar Penilaian Koefesien Validitas dan Reabilitas Keputusan Menabung

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Keputusan Menabung	1	0.618	0.300	Valid	0.818	0.700	Reliabel
	2	0.633	0.300	Valid			
	3	0.736	0.300	Valid			
	4	0.813	0.300	Valid			
	5	0.831	0.300	Valid			

Berdasarkan tabel rekapitulasi pengujian validitas dan reliabilitas di atas, terlihat bahwa seluruh pernyataan yang diajukan memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis (0,300) yang menunjukan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah menunjukan apa yang seharusnya diukur (valid),sedangkan untuk hasil pengujian reliabilitas diperoleh nilai koefisien reliabilitas untuk masing-masing

variabel sebesar 0,745, 0,752 dan 0,818 sehingga ketiga variabel yang diajukan sudah menunjukan keandalannya (reliabel), dengan kata lain dapat dikatakan bahwa kuesioner yang diajukan sudah layak digunakan dalam proses penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriptif (kualitatif) dan verifikatif (kuantitatif).

Sebelum kuisioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada resonden yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan (validitas) dan kekonsistenan (reliabilitas) alat ukur peenlitian, sehingga diperoleh item-item pertanyaan-pertanyaan yang layak untuk digunakan sebagi alat ukur untuk pengumpulan data penelitian.

1. Analisis Deskriptif atau Kualitatiif

   Penelitian Deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh penerapan Lingkungan Eksternal Individu dan Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan menabung.

   Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

   a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban.
   b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua jawaban responden.
   c. Dihitung skor variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.
   d. untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

$$\frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ x } 100\%$$

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuisioner yang telah diajukkan. skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diamsumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Penjelasan bobot nilai skor aktual dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut :

Tabel 3.10

Kriteria Presentasi Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 % - 36.00%	Tidak Baik
2	36.01% - 52.00%	Kurang Baik
3	52.01% - 68.00%	Cukup
4	68.01% - 84.00%	Baik
5	84.01% - 100%	Sangat Baik

(Sumber : Umi Narimawati, 2007 :85)

1. Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

   Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai sesuai dengan sisitem yang ditetapkan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi responden digunakan skala likert dengan langkah – langkah yaitu , memberikan nilai pembobotan 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif. Keseluruhan nilai atau skor yang didapat lalu dianalisis dengan cara :

   a) Mengolah setiap jawaban dan pertanyaan dari kuesioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan presentasinya.
   b) Nilai diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variable independen (X) yaitu X_1,X_2, …… Xn dan variabel dependen (Y) sebagai berikut (X_1,Y) , (X_2,Y), …….(Xn,Y) dan asumsikan sebagai hubungan linear.
   c) Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternatif jawaban seperti diuraikan diatas. oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan

data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu dtingkatkan skala pengukuran menjadi skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*" (Hays dalam Umi Narimawati , 1969 :39). Dengan rumus sebagai berikut :

Mengolah data ordinal menjadi interval dengan interval berurutan untuk variabel bebas terikat. Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut :

1. Ambil data ordinal hasil kuisioner
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
3. Menghitung niali Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk dapat > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal
5. Menghitung niali skala dengan rumus *Methode of Successive Interval*

$$\textit{Means of Interval} = \frac{\textit{(Density at Lower Limit)} - \textit{(Density at Upper Limit)}}{\textit{(Area Under Upper Limit)} - \textit{(Density at Upper Lower Limit)}}$$

Dimana :

Means of Interval = Rata-rata interval

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit = Daerah dibawah batas atas

Density at Upper Lower Limit = Daerah dibawah batas bawah

6. Menentukan nilai tranformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus:

Nilai transformasi = Nilai Skala + [Nilai Sakala $_{\textbf{minimum}}$] + 1

Berdasarkan pada kerangka pemikiran yang telah diuraikan dan hipotesis yang dikemukakan, maka untuk mengetahui pengaruh antara variabel Lingkungan Eksternal Individu dan Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Menabung digunakan Analisis linear berganda.

2. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989:152) dalam Umi Narimawati (2010:49), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$\mathbf{r} = \frac{\mathbf{n}(\sum \mathbf{XiYi}) - (\sum \mathbf{Xi} \sum \mathbf{y})}{\sqrt{\left[\mathbf{n}\sum \mathbf{X_i}^{\mathbf{2}} - (\sum \mathbf{X_i})^{\mathbf{2}}\right][\mathbf{n}\sum \mathbf{yi}^{\mathbf{2}} - (\sum \mathbf{yi})^{\mathbf{2}}]}}$$

Dimana : $-1 \leq r \leq +1$

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah responden

X = Variabel Independen (*income smoothing /* pengumuman perubahan *bond rating*)

Y = Variabel Dependen (*return* saham)

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.4 dibawah ini:

Tabel 3.11

Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0,60-0,799	Kuat
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber : Syahri Alhusin (2003:157) dalam Umi Narimawati (2010:50**)**

3. Analisis Determinasi

Analisis Koefisiensi Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase.

Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\ \%$$

Dimana :

R = Koefisian determinasi

r = Koefisien korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh Lingkungan Eksternal Individu dan Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Menabung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, makauji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah –langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. Pengujian secara simultan / total.

   Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

   a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

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

   Pengujian ini dilakukan untuk mengetahuiapakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara niali F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada tabel analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan microsoft. Jika $F_{hitung} > F_{kritis}$,

maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan niali variabel bebas (pengaruh harga dan kualitas pelayanan) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (minat beli) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sudjana (2001:369) dalam Umi Narimawati perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien produk moment (*pearson*).

b. Hipotesis

$H_0 ; \rho = 0$, secara simultan pengaruh Lingkungan Eksternal Individu dan Bauran Pemasaran Jasa tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

$H_1 ; \rho \neq 0$, secara simultan pengaruh Lingkungan Eksternal Individu dan Bauran Pemasaran Jasa berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila F hitung > Ftabel ($\alpha = 0{,}050$)

Menurut Guilford (1956:480) dalam Umi Narimawati, bahwa tafsiran koefisien korelasi variabel dalam peenlitian dapat dikategorikan sebagai berikut :

a). Taksiran koefisien korelasi yang dikategorikan menurut metode Guilford adalah sebagai berikut

Tabel 3.12

Kategori korelasi metode Guilford

Besarnya pengaruh	Bentuk hubungan
0,00 - 0,20	Sangat longgar, dapat diabaikan
0,21 - 0,40	Rendah
0,41 - 0,60	Moderat / cukup
0,61 -0,80	Erat
0,81- 1,00	Sangat erat

Apabila pada pengujian secara simultan secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho yxi \neq 0$. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.

2. Pengujian secara parsial

   Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

   a. Rumus uji t yang digunakan adalah

$$t_i = \frac{PYX1}{\sqrt{\frac{(1-R2\ XY.....XK)CRii}{(n-k-1)}}} \quad I=1,2,3.....,5$$

   Hasilnya bandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%.

b. Hipotesis

H_{01} ; $\rho = 0$, Lingkungan Eksternal Individu tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

H_{11} ; $\rho \neq 0$, Lingkungan Eksternal Individu berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

H_{02} ; $\rho = 0$, Bauran Pemasaran Jasa tidak pengaruh terhadap Keputusan Menabung

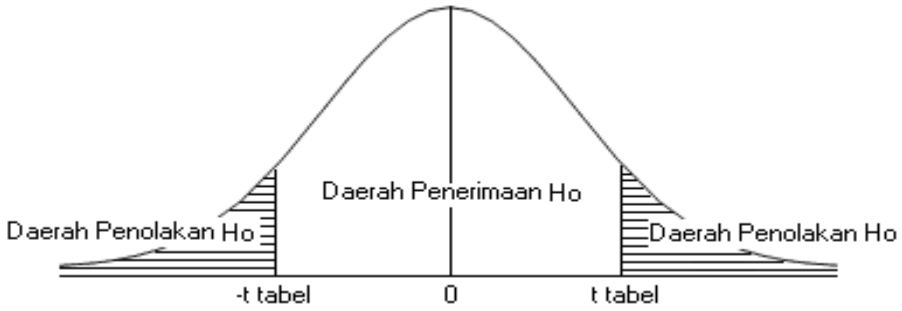
H_{12} ; $\rho \neq 0$ Bauran Pemasaran Jasa berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

Kriteria Pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung} < dari ttabel (α=0,05)

Kriteria penarikan pengujian, jika menggunakan tingkat kekeliruan (α=0,01) untuk di uji sua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{table}$ maka H_0 ada didaerah penolakan, berarti Ha diteriam artinya antara variabel X dan Y ada hubungannya.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{table}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.



Gambar 3.1

Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis

Sumber Sugiyono (2009:185) dalam Umi narimawati (2010).