

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.

1. Jenis Penelitian.

Pada Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel, yaitu promosi, perubahan harga emas, dan kemudahan layanan digital (variabel independen) terhadap keputusan nasabah menabung emas (variabel dependen).

2. Pendekatan Penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang bersifat asosiatif, yaitu untuk mengetahui pengaruh antar variabel secara statistik. Dengan pendekatan kuantitatif, peneliti dapat mengukur dan menguji pengaruh promosi, perubahan harga emas, dan kemudahan layanan digital terhadap keputusan nasabah menabung emas di BSI KCP Adam Malik Kota Bengkulu secara sistematis dan terukur.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan November tahun 2025 sampai dengan Desember 2025

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Adam Malik, Jl. H. Adam Malik No.11-13, Cemp. Permai Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu, Bengkulu

C. Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Adam Malik Kota Bengkulu yang menggunakan atau berencana membuka produk Tabungan Emas. Populasi ini dipilih karena mereka secara langsung terpapar strategi promosi BSI dan terpengaruh oleh fluktuasi harga emas, yang menjadi fokus penelitian ini. Nasabah aktif yang telah membuka rekening tabungan emas di BSI KCP Adam Malik. Nasabah yang berpotensi membuka tabungan emas dalam waktu dekat. Pada penelitian ini yaitu nasabah tabungan emas BSI KCP Adam Malik Kota Bengkulu di asumsikan sebanyak 1.600 nasabah.

2. Sample

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel secara *non probabilitas* yang memilih *responden* berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk fokus pada *responden* yang memiliki pengalaman dan pengetahuan yang sesuai dengan variabel penelitian. Memastikan *responden* memiliki pengalaman langsung dengan produk tabungan emas, Menghindari bias yang mungkin muncul jika menggunakan sampel acak tanpa memperhatikan karakteristik nasabah. Memudahkan analisis data karena responden lebih homogen dalam konteks pengalaman berinvestasi. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang akan diteliti, digunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{1600}{1 + (1600(10\%)^2)}$$

$$n = \frac{1600}{1 + (1600(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{1600}{1 + (1600(0,01))}$$

$$n = \frac{1600}{1 + 16} = \frac{1600}{17}$$

$$n = 94,11 \text{ dibulatkan menjadi } 95$$

Keterangan

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi (jumlah nasabah tabungan emas di BSI KCP Panorama)

e : Margin error yang diperkenankan atau taraf signifikan (10%)

Berdasarkan asumsi jumlah populasi nasabah aktif produk tabungan emas di BSI KCP Adam Malik sebanyak 1.600 orang, maka berdasarkan perhitungan jumlah sample menggunakan rumus Slovin dengan *margin off error* sebesar 10% menghasilkan jumlah sample sebanyak 95 responden. Jumlah ini dianggap mewakili populasi secara proporsional dan cukup untuk digunakan dalam penelitian guna memperoleh hasil yang valid dan dapat diandalkan

D. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan terdiri dari:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari responden, yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Adam Malik Kota Bengkulu yang menggunakan atau berencana membuka produk tabungan emas. Data ini dikumpulkan melalui *kuisisioner* dan *Observasi* langsung. Bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai pengaruh promosi, perubahan harga emas, dan kemudahan layanan terhadap keputusan nasabah menabung emas

b. Data Sekunder

Data pendukung yang diperoleh dari laporan internal BSI, publikasi resmi, jurnal akademik, buku teks, dan artikel yang relevan. Termasuk statistik harga emas, laporan tahunan BSI, dan literatur tentang strategi pemasaran serta perilaku nasabah bertujuan untuk memperkuat analisis dan interpretasi hasil penelitian.

2. Teknik Pengambilan Data

Pengamatan langsung terhadap aktivitas promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Adam Malik. Memperhatikan interaksi antara staf bank dan nasabah terkait promosi tabungan emas. Mencatat perilaku nasabah saat menerima informasi tentang produk tabungan emas.

Menggunakan kuisisioner terstruktur dengan skala likert untuk mengukur persepsi nasabah terhadap promosi, perubahan harga emas, dan keputusan menabung. Kuesioner dibagikan secara langsung di kantor BSI KCP Adam Malik. Memuat pertanyaan yang berkaitan

dengan promosi, literasi keuangan, dan preferensi investasi. Membantu dalam memahami tren harga emas dan strategi promosi di industri perbankan syariah, memudahkan pengumpulan data kuantitatif yang dapat diolah secara statistik. Untuk menentukan nilai dari kuisioner maka menggunakan skala likert. Setiap item dari kuisioner memiliki 5 jawaban dengan masing masing nilai atau skor yang berbeda. Berikut ini nilai atau skor penilaian dari setiap pertanyaan dalam kuisioner yang dijawab oleh responden

Tabel 3.1 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Nilai/Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

E. Variabel dan Defenisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, diobservasi, dan diukur, sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel bisa berupa sifat, nilai, objek, orang, gejala, atau konsep yang berbeda antara satu dengan yang lain.

1) Variabel Independen

a. Promosi (X_1)

Promosi merupakan salah satu elemen kunci dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang berfungsi sebagai sarana

komunikasi antara perusahaan dengan konsumen untuk menyampaikan informasi, membangun kesadaran, dan mempengaruhi keputusan pembelian. Promosi dalam konteks perbankan syariah harus disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah yang menekankan kejujuran, transparansi, dan nilai-nilai etis dalam setiap aktivitas pemasaran.

b. Perubahan Harga Emas (X_2)

Perubahan harga emas mengacu pada fluktuasi nilai emas dipasar global maupun domestik yang dipengaruhi oleh faktor-faktor fundamental seperti permintaan dan penawaran, kondisi ekonomi global, nilai tukar mata uang, inflasi, serta kebijakan moneter. Fluktuasi harga emas mengacu pada perubahan harga emas yang terjadi dalam periode tertentu, baik berupa kenaikan maupun penurunan harga yang dapat mempengaruhi keputusan investasi.

c. Digitalisasi (X_3)

Digitalisasi adalah proses konversi atau *transformasi* informasi atau data dari bentuk analog menjadi bentuk digital. Dalam konteks teknologi informasi, digitalisasi merujuk pada proses mengubah dokumen, gambar, suara, dan data lainnya menjadi format digital yang dapat diakses dan digunakan melalui komputer atau perangkat elektronik lainnya.

2) Variabel Dependen

a. Keputusan Nasabah Menabung Emas (Y)

Teori keputusan konsumen atau nasabah menekankan pada urutan psikologis dari kesadaran terhadap produk

hingga loyalitas. Model *AIDA* (*Attention Interest Desire Action*) menjadi salah satu pendekatan paling dikenal. Keputusan nasabah sangat dipengaruhi oleh promosi yang informatif serta pemahaman terhadap harga pasar

2. Variabel Operasional

Variabel operasional adalah variabel penelitian yang sudah dijelaskan secara konkret, jelas, dan terukur, sehingga dapat diamati dan diuji dalam penelitian. Dengan kata lain, variabel operasional merupakan hasil dari “mengoperasionalkan” variabel konseptual/teoritis menjadi indikator-indikator yang bisa diukur menggunakan instrumen penelitian.

Tabel 3.2 Variabel Operasional

Variabel	Indikator	Item
Promosi (X ₁)	1. Periklanan (<i>Advertising</i>) 2. <i>Personal Selling</i> 3. Promosi Penjualan 4. <i>Publik Relation</i> (Humas)	Segala bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan emas. Variabel ini diukur berdasarkan frekuensi promosi, jenis promosi, dan efektivitas komunikasi pemasaran.
Perubahan Harga Emas (X ₂)	1. Fluktuasi Harga Emas 2. Persepsi Nasabah Tentang Stabilitas Harga 3. Keterbukaan Informasi Harga Emas	Fluktuasi harga emas dalam jangka waktu tertentu yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi. Diukur menggunakan indeks harga emas bulanan atau tahunan.
Digitalisasi (X ₃)	1. Infrastruktur digital 2. Adopsi Teknologi	Digitalisasi yang efektif membutuhkan infrastruktur digital yang memadai, adopsi teknologi yang luas,

	3. Kinerja dan Efisiensi 4. Keamanan dan keandalan system 5. Dampak Terhadap Pengguna	peningkatan kinerja dan efisiensi, sistem yang aman dan andal, serta memberikan dampak positif dan kemudahan bagi penggunanya
Keputusan Nasabah (Y)	1. Kebutuhan Investasi Aman 2. Pengaruh Sosial dan Referensi 3. Keputusan Terhadap Layanan Bank	Pilihan nasabah untuk membuka tabungan emas sebagai bentuk investasi, yang dipengaruhi oleh promosi dan perubahan harga emas. Diukur berdasarkan tingkat kepuasan, loyalitas, dan preferensi investasi nasabah

F. Teknis Analisis Data.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode metode analisis regresi linier berganda. Metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen (promosi, perubahan harga emas, dan kemudahan layanan digital) terhadap satu variabel dependen (keputusan nasabah menabung emas). Dengan analisis regresi linier berganda, peneliti dapat mengetahui pengaruh parsial maupun simultan antar variabel.

1. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data merupakan tahap penting dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti secara akurat dan konsisten. Uji kualitas data biasanya mencakup dua aspek utama, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.⁴⁸

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2023)

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment antara setiap item pernyataan dengan skor total variabelnya. Item pernyataan dinyatakan valid jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ dan nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Dengan demikian, hanya item yang valid yang akan digunakan dalam analisis lebih lanjut. Validitas sangat penting untuk menjaga keabsahan hasil penelitian, karena instrumen yang tidak valid dapat menghasilkan data yang bias dan tidak mencerminkan kenyataan.

b. Uji Reliabilitas

Setelah item dinyatakan valid, langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas atau tingkat konsistensi dari instrumen tersebut. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria bahwa suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*nya lebih besar dari 0,70. Semakin tinggi nilai alpha, maka semakin tinggi pula konsistensi internal antar item dalam variabel tersebut. Uji reliabilitas penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan tidak berubah-ubah jika digunakan kembali dalam kondisi yang serupa.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Diaplikasikan untuk memastikan residual dari model regresi terdistribusi secara normal. Metode yang umum digunakan termasuk *Kolmogorov–Smirnov* dan Normal P-Plot (*grafik probability plot*). Dalam praktik, data dikatakan normal apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) $> 0,05$, atau titik data pada p-plot menyebar di sekitar garis diagonal. mengemukakan bahwa uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov (K-S). Uji ini membantu memastikan bahwa data residual tidak menyimpang dari distribusi normal, yang merupakan asumsi dasar dalam analisis regresi linier.⁴⁹

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah suatu metode pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah varians dari dua atau lebih distribusi data memiliki kesamaan. Pengujian ini digunakan untuk menentukan apakah data pada variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian kesamaan sampel dilakukan menggunakan *Levene Test*, dengan ketentuan bahwa tingkat signifikansi (α) adalah 0,05. Jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari α , maka varians antar sampel dianggap homogen. Sebaliknya, jika nilai sig lebih kecil dari α , maka varians antar sampel dianggap tidak homogen.

c. Uji Linearitas

Bertujuan untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear, sebagaimana yang disyaratkan dalam regresi linear. Hubungan yang tidak linear

⁴⁹ Ghozali, Imam. "Aplikasi analisis multivariete SPSS 25." (2018)

dapat menyebabkan hasil estimasi model menjadi bias dan tidak akurat.

1. Jika Sig pada baris *Deviation from Linearity* $< 0,05$, maka terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel independen dan dependen.
2. Sebaliknya, jika Sig. pada baris *Deviation from Linearity* $> 0,05$, maka tidak ditemukan penyimpangan yang signifikan dari hubungan linear, artinya hubungan tersebut dapat dianggap linear.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis, untuk memastikan apakah persamaan pada model regresi dapat diterima secara ekonometrika. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan mendeteksi adanya korelasi tinggi di antara variabel independen dalam model regresi. Korelasi semacam ini dapat menyebabkan ketidaktepatan estimasi koefisien dan meningkatkan simpangan baku (*standard errors*), sehingga mengurangi keandalan hasil analisis. Ukurannya menggunakan Tolerance (harus $> 0,10$) dan Variance Inflation Factor (VIF) (harus < 10).

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah seluruh uji asumsi klasik terpenuhi, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis regresi linear berganda. Tahap ini bertujuan untuk mengevaluasi dan mengukur

hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Merumuskan persamaan tersebut sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Ket:

Y : Variabel dependen (Keputusan Menabung Emas)

X₁, X₂, X₃ : Variabel independen (Promosi, Perubahan Harga Emas, Kemudahan Layanan Digital)

α : Intercept

β : Koefisien regresi

ε : Error Term

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau dengan melihat nilai p-value. Jika p-value lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis dasarnya adalah:

H₀ : variabel bebas (promosi, perubahan harga emas, dan kemudahan layanan digital) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan menabung emas).

H_a : variabel bebas (promosi, perubahan harga emas, kemudahan layanan digital) mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap variabel terikat (keputusan menabung emas).

Jika nilai $\text{Sig.} < 0,05$, maka variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Sebaliknya, jika nilai $\text{Sig.} > 0,05$, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan.

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi keseluruhan model regresi, yaitu apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. jika p-value uji F lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dianggap signifikan statistik. Artinya, secara bersama-sama variabel kolektif berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F memberikan gambaran apakah model yang digunakan layak untuk diteruskan atau tidak. Hasil uji F bisa dilihat dari dua hal:

1) Nilai Signifikansi (Sig.):

$\text{Sig.} < 0,05 \rightarrow$ variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan

$\text{Sig.} \geq 0,05 \rightarrow$ tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan

2) Perbandingan F-hitung dengan F-tabel:

$F\text{-hitung} > F\text{-tabel} \rightarrow$ pengaruh simultan diterima (signifikan)

$F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel} \rightarrow$ pengaruh simultan tidak signifikan

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Mengukur seberapa besar variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1; semakin mendekati 1, semakin baik penjelasan model. Koefisien determinasi, atau R^2 , adalah ukuran

yang menunjukkan seberapa besar variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1. Semakin mendekati angka 1, semakin baik model dalam menjelaskan variabilitas data; sebaliknya, semakin dekat ke nol, kemampuan penjelasan model semakin rendah.

