

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah/fenomena yang ada. Jenis penelitian ini adalah penelitian verifikatif karena sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena analisis datanya bersifat statistik yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan skala pengukuran berupa skala likert. Tipe hubungan penelitian ini merupakan hubungan kausalitas, yang menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab-akibat) dari dua atau lebih fenomena, melalui pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jombang. Sampel yang diambil adalah sebagian nasabah yang memilih Produk Tabungan Haji. Desain sampel penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling (*judgment sampling*). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan datanya dengan angket yang diberikan pada responden yang menggunakan jasa dan membeli (Produk Tabungan Haji) dari Bank Syariah Mandiri KC. Jombang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

## **3.2 Variabel penelitian dan Definisi Operasional**

### **3.2.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut (Menurut Sugiyono (2012). Variabel penelitian diantaranya yaitu:

#### **1. Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang berpengaruh negatif (Ferdinand, 2006). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

- a) Periklanan (X1)
- b) Publisitas (X2)
- c) Penjualan personal (X3)
- d) Citra perusahaan (X4)

#### **2. Variabel Dependen**

Variabel dependen yakni variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand, 2006). Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian produk tabungan haji (nasabah memilih Bank Syariah Mandiri) .

### 3.2.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2001). Adapun variabel penelitian beserta definisi operasionalnya sebagai berikut:

#### 1) Periklanan (X1)

Mengacu pada konsep Kotler & Armstrong (2008) periklanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai Informasi yang di terima nasabah Bank Syariah Mandiri tentang keunggulan dan manfaat dari produk/jasa yang ditawarkan melalui media massa, seperti TV, radio, majalah, koran, brosur. Yang di ukur dengan menggunakan indikator dari Kotler & Armstrong (2008) yaitu :

- a) Informasi tentang produk atau perusahaan di berbagai media mudah ditemukan.
- b) Design media yang digunakan menarik.
- c) Informasi yang disampaikan dalam berbagai media jelas.

#### 2) Publisitas (X2)

Mengacu pada konsep Kotler dan Armstrong (2008) publisitas dalam penelitian ini didefinisikan sebagai respon (baik atau buruk) nasabah Bank Syariah Mandiri tentang kerjasama yang dilakukan oleh pihak Bank. Yang di ukur dengan menggunakan indikator dari Kotler & Armstrong (2008) yaitu :

- a) Berita yang tersebar mengenai perusahaan baik.
- b) Identitas perusahaan yang unik, berbeda dari yang lainnya.
- c) Kegiatan pelayanan Masyarakat.

3) Penjualan personal (X3)

Mengacu pada konsep Kotler dan Armstrong (2008) Personal selling dalam penelitian ini didefinisikan sebagai informasi tentang produk/jasa Bank Syariah Mandiri yang diterima nasabah langsung dari pemasar. Yang di ukur dengan menggunakan indikator dari Kotler & Armstrong (2008) yaitu :

- a) Penampilan sales person baik.
- b) Menguasai informasi perusahaan
- c) kemampuan dalam menjelaskan produk bagi pelanggan memuaskan.

4) Citra Perusahaan (X4)

Mengacu pada konsep Rhenald Kasali (2003) citra perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kesan atau persepsi nasabah yang timbul setelah menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri. Di ukur menggunakan indikator yang dikembangkan oleh penelitian sebelumnya (Rosim, 2013) yaitu :

- a) *Personality*, kepribadian dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi nasabah tentang karakteristik perusahaan yang dapat dipercaya.
- b) *Reputation*, reputasi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi nasabah tentang kinerja pelayanan yang diberikan Bank.

- c) *Value*, nilai dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi nasabah tentang baik atau buruk tingkat kepedulian Bank terhadap nasabah.
- d) *Corporate Identity*, identitas perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi nasabah tentang komponen pengenalan perusahaan seperti warna, logo, slogan yang mudah diingat.

#### 5) Keputusan Pembelian (Y)

Mengacu pada konsep Kotler (2007) dalam penelitian ini keputusan pembelian didefinisikan sebagai keputusan yang diambil dari beragam pilihan yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih Bank yang tepat dan terpercaya. Yang di ukur dengan menggunakan indikator dari kotler (2007) yaitu:

- a) Mengenal kebutuhan  
(nasabah mengenali kebutuhan yaitu menunaikan ibadah haji).
- b) Pencarian Informasi  
(dimana nasabah telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi produk tabungan haji yang aman melalui media massa)
- c) Evaluasi alternatif  
(dimana nasabah menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek Bank pilihannya)

d) Keputusan pembelian

(dimana nasabah membeli produk tabungan haji melalui Bank Syariah Mandiri karena adanya fasilitas talangan haji untuk kemudahan mendapatkan porsi haji)

### **3.3 Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013: 148), bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen yang digunakan adalah angket yang berisi butir-butir pernyataan untuk memperoleh data tentang pengaruh bauran promosi (*Periklanan, Publisitas, Penjualan personal*), citra perusahaan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Syariah Mandiri Jombang.

Tabel 3.3  
Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	No	Item Pernyataan
Periklanan (X1)	1) Informasi tentang produk atau perusahaan di berbagai media mudah ditemukan.	1.	Informasi tentang produk Bank Syariah Mandiri mudah ditemukan diberbagai media
	2) Design media yang digunakan menarik	2.	Bank Syariah Mandiri menggunakan media cetak (brosur) dengan design dan warna yang menarik.
	3) Informasi yang disampaikan dalam berbagai media jelas.	3.	Informasi untuk produk tabungan haji yang ada pada media cetak (brosur) Bank Syariah Mandiri sudah jelas.
Publisitas (X2)	1) Berita yang tersebar mengenai perusahaan baik	4.	Nasabah menilai bahwa Bank Syariah Mandiri bekerjasama dengan baik.
	2) Identitas perusahaan yang unik, berbeda dari yang lainnya.	5.	Adanya kata “Syariah” pada Bank menjadikannya identitas dimana keunikan Asosiasi merek.
	3) Kegiatan pelayanan Masyarakat.	6.	Bank Syariah Mandiri tetap menjaga hubungan baik kepada nasabah
Penjualan personal (X3)	1) Penampilan sales person baik.	7.	Saat melakukan komunikasi dengan nasabah penampilan <i>sales person</i> Bank Syariah Mandiri rapi.
	2) Menguasai informasi perusahaan	8.	<i>Sales person</i> Bank Syariah Mandiri bisa memberikan informasi yang dibutuhkan oleh calon nasabah.
	3) kemampuan dalam menjelaskan produk bagi pelanggan memuaskan.	9.	Penjelasan yang diberikan <i>sales person</i> Bank Syariah Mandiri tentang produknya mudah dipahami oleh calon nasabah.

Lanjutan Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen

Citra Perusahaan (X4)	1) Kepribadian, karakteristik perusahaan yang dapat dipercaya.	10.	Bank Syariah Mandiri merupakan Bank dengan kepribadian islami yang memberikan citra tersendiri yang positif bagi masyarakat.
	2) Reputasi, persepsi nasabah tentang kinerja pelayanan yang diberikan oleh Bank.	11.	Melayani nasabah dalam melakukan transaksi dengan cepat.
	3) Nilai, nilai-nilai yang dimiliki perusahaan seperti sikap yang peduli terhadap pelanggan.	12.	Kepedulian Bank Syariah Mandiri dalam pelayanan sangat baik
	4) Identitas perusahaan, komponen yang mempermudah pengenalan terhadap perusahaan.	13.	Warna, logo, slogan Bank Syariah Mandiri mudah untuk di ingat.
Keputusan Pembelian (Y)	1) Mengenali Kebutuhan	14.	Nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Syariah Mandiri sesuai dengan kebutuhan (menunaikan ibadah haji).
	2) Pencarian Informasi (mencari informasi tentang perusahaan melalui media massa)	15.	Mencari informasi lebih banyak tentang Bank syariah yang aman untuk produk tabungan haji.
	3) Evaluasi alternatif, (dimana nasabah menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek Bank pilihanya)	16.	Bank Syariah Mandiri menjadi pilihan karena memberikan manfaat yang lebih baik.
	4) Keputusan pembelian, (dimana nasabah membeli produk tabungan haji karena kemudahan mendapatkan porsi haji)	17.	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri yang menggunakan produk tabungan haji karena adanya fasilitas talangan haji untuk kemudahan mendapatkan porsi haji.



### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 1. Ukuran Populasi

populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Augusty Tae Ferdinand, 2006:223). Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jombang yang terdaftar sebagai nasabah tabungan haji.

#### 2. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut Sampel (Augusty Tae Ferdinand, 2006).

Adapun penentuan jumlah sampel menurut Ferdinand (2006) Besaran sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Dalam penelitian ini ada 4 variabel independen, maka jumlah anggota sampel =  $25 \times 4 = 100$  nasabah. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling (*judgment sampling*).

### **3.5 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran

Skala pengukuran adalah acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur. Alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Variabel-variabel diatas diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena sosial spesifik), seperti sikap, pendapat, dan persepsi sosial seseorang atau sekelompok orang (menurut Sugiyono 2006:88). Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

- 1 Sangat tidak setuju (STS)
- 2 Tidak setuju (TS)
- 3 Netral (N)
- 4 Setuju (S)
- 5 Sangat setuju (SS)

### **3.6 Jenis dan Sumber Data, Serta Metode Pengumpulan Data**

#### **3.6.1 Jenis dan Sumber Data**

##### **a. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2014) data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objek yang diteliti baik dari wawancara maupun dari kuesioner yang dirancang oleh peneliti sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

Data yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah informasi dari masyarakat (nasabah) yang pernah menggunakan

jasa dari Bank Syariah Mandiri khususnya dalam produk tabungan haji.

### 3.6.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian dengan menggunakan alat-alat tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Angket

Angket merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2007).

Angket juga digunakan untuk menyebutkan butir-butir instrumen yang sudah ditulis atau dibuat oleh peneliti. Jadi, dalam menggunakan metode pengumpulan data ini yang dipakai adalah angket.

#### b. Wawancara

Metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2004).

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab langsung kepada penjawab (informan) atau kepada pihak yang berkompeten. Peneliti bertanya langsung kepada nasabah yang memilih Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri KC Jombang tentang semua yang berhubungan dengan objek penelitian.

### 3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji validitas Instrumen

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2007).

Dalam penelitian ini untuk mengetahui valid atau tidaknya tiap instrumen yang digunakan, maka dilakukan pengujian terhadap instrumen-instrumen tersebut sehingga dapat diketahui dalam item-item instrumen apakah mempunyai validitas yang logis atau tidak.

Adapun perhitungan korelasi *product moment*, dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Arikunto (1998: 146) :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat.

n = Banyaknya sampel.

X = Skor tiap item.

Y = Skor total variabel.

Untuk mengetahui valid tidaknya instrumen, peneliti menggunakan alat bantu dengan menggunakan program/perhitungan IBM SPSS Statistics 21 dengan ketentuan Bila korelasi r diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid sebaliknya bila

korelasi  $r$  dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid. Menurut Sugiyono (1999:115)

Hasil  $r_{hitung} > r_{tabel} (0,30) = \text{Valid}$

Hasil  $r_{hitung} < r_{tabel} (0,30) = \text{Tidak Valid}$

Tabel 3.4  
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel		Person correlation	Sig.(2 – tailed)	Keterangan
Periklanan (X1)	X1.1	0,756	0,000	Valid
	X1.2	0,842	0,000	Valid
	X1.3	0,828	0,000	Valid
Publisitas (X2)	X2.1	0,775	0,000	Valid
	X2.2	0,770	0,000	Valid
	X2.3	0,702	0,000	Valid
Penjualan personal (X3)	X3.1	0,878	0,000	Valid
	X3.2	0,872	0,000	Valid
	X3.3	0,813	0,000	Valid
Citra Perusahaan (X4)	X4.1	0,676	0,000	Valid
	X4.2	0,588	0,000	Valid
	X4.3	0,727	0,000	Valid
	X4.4	0,792	0,000	Valid
Keputusan Nasabah dalam memilih produk tabungan haji (Y)	Y.1	0,768	0,000	Valid
	Y.2	0,582	0,000	Valid
	Y.3	0,766	0,000	Valid
	Y.4	0,628	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji validitas atas variabel bauran promosi (Periklanan, Publisitas, dan Penjualan personal), Citra Perusahaan bahwa

dari 4 variabel yang diteliti dengan jumlah item pernyataan sebanyak 13 maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan sudah valid sebab memiliki nilai korelasi  $r$  diatas 0,30, sedangkan untuk variabel keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji dengan 4 item pernyataan, maka semua item sudah valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana responden paham tiap pernyataan yang ditulis dalam angket dan telah menjawab pernyataan-pernyataan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan koefisien alpha ( $\alpha$ ) dari cronbach dengan rumus:

$$r_i = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum a_b^a}{a_t^2} \right)$$

Dimana:

$r_i$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$a$  = jumlah varians butir

$a$  = varians total

Ukuran yang dipakai untuk menunjukkan pernyataan tersebut reliable, apabila nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6. ( Arikunto,1998)

Tabel 3.5  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha ( $\alpha$ )	Standar	Reliabilitas
Periklanan	0,736	0,60	Reliabel
Publisitas	0,608	0,60	Reliabel
Penjualan personal	0,815	0,60	Reliabel
Citra Perusahaan	0,651	0,60	Reliabel
Keputusan nasabah	0,612	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil uji reliabilitas pada tabel 3.5 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien alpha di atas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua butir pernyataan dari masing-masing variabel penelitian adalah reliabel.

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator linear yang baik dan model regresi yang bisa dipertanggung jawabkan. Maka harus diperhatikan asumsi-asumsi sebagai berikut :

- a. Terdapat hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b. Besarnya varian error (faktor pengganggu) bernilai konstan untuk seluruh variabel bebas (bersifat homoscedasticity).
- c. Independensi dari error (non autocorrelation).
- d. Normalitas dari distribusi error.
- e. Multikolinearitas yang sangat rendah.

Dalam analisis regresi linear berganda perlu menghindari penyimpangan asumsi klasik supaya tidak timbul masalah dalam penggunaan analisis tersebut. Untuk tujuan tersebut maka harus dilakukan pengujian terhadap empat asumsi klasik berikut ini :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005:83). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian asumsi ini untuk menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel-variabel bebas dalam model regresi maupun untuk menunjukkan ada tidaknya derajat kolinearitas yang tinggi diantara variabel-variabel bebas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi di antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (data time series) maupun tersusun dalam rangkaian ruang yang disebut (cross sectional).

d. Uji Heteroskedastis.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke



pengamatan lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3.9 Analisis Koefisien Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2013). Mengenai koefisien korelasi adapun kriteria yang dikemukakan menurut Sarwono,2006 (diakses Ulwan, 2014) sebagai berikut:

- 0 : Tidak ada korelasi antara dua variabel
- 0 – 0,25 : korelasi sangat lemah
- 0,25 – 0,5 : korelasi cukup
- 0,5 –0,75 : korelasi kuat
- 0,75 – 0,99 : korelasi sangat kuat
- 1 : korelasi sempurna

### 3.10 Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Apabila koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka dapat diartikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.(Ghozali, 2013).

### 3.11 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis data dengan menggunakan statistik-statistik univariate seperti rata-rata, median, modus, deviasi standart, varians. Diakses (Achyar, 2014). Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2013).

Pengukuran frekuensi angket responden dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan skala sebagai berikut:

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{Nilai Skor terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga intepretasi skor sebagai berikut:

- 1,0 – 1,80 = Buruk sekali
  - > 1,81 – 2,60 = Buruk
  - > 2,61 – 3,40 = Cukup
  - > 3,41 – 4,20 = Baik
  - > 4,21 – 5,0 = Sangat baik
- (Sudjana, 2005)

### 3.12 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna.

Menurut (Hasan, 2008) analisis linier berganda adalah di mana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear. Bentuk umum persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k + e$$

Dimana:

Y	= variabel terikat (keputusan nasabah)
a	= konstanta
$b_1, b_2, b_3, \dots, b_k$	= koefisien regresi
$X_1, X_2, X_3, \dots, X_k$	= variabel bebas (Periklanan $X_1$ , Hubungan Publisitas $X_2$ , Penjualan personal $X_3$ dan Citra Perusahaan $X_4$ )
e	= kesalahan pengganggu (disturbance term), artinya nilai-nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan. Nilai ini biasanya tidak dihiraukan dalam perhitungan.

### 3.13 Uji Hipotesis

#### Uji t (Uji Parsial)

Uji ini dilakukan secara terpisah-pisah untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Uji T dilakukan untuk membandingkan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel pada tingkat signifikan 5% (0,05). Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas dapat menerangkan terikatnya. Artinya ada pengaruh antara variabel bebas dengan

variabel terikatnya. Jika  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima  
Jika  $t_{Hitung} < t_{Tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak.

Analisis data dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  serta melihat nilai signifikannya. Dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $Pvalue < \alpha = 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Dan sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $Pvalue > \alpha = 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak.