

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah bauran promosi dan keputusan pembelian produk deposito, adapun yang menjadi subjek pada penelitian ini yaitu nasabah atau deposan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya yang beralamat di Ruko Plaza Asia, Jl. HZ. Mustofa No. 326 Blok A5-A6 Tugujaya, Kec. Cihideung, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46126.

3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan

PT Bank Woori Saudara 1906, Tbk pertama kali didirikan pada tahun 1906 dengan nama *Vereeniging* Himpoenan Soedara oleh para saudagar batik dan kulit di Bandung dan sekitarnya, dengan tujuan utama untuk menyalurkan usaha jasa keuangan secara simpan pinjam.

Pada tanggal 11 November 1955 Menteri Keuangan memberi izin kepada Himpoenan Soedara untuk melakukan usaha bank tabungan yang berlaku peraturan pemerintah No. 1 Tahun 1955 Lembaran Negara No. 2 tentang Pengawasan terhadap Urusan Kredit, yang menetapkan bahwa semua perusahaan dan badan yang mengadakan usaha-usaha untuk memberikan kredit atas tanggungan pribadi adalah Bank Tabungan. Pada tahun 1967, Himpunan Soedara diwajibkan mengubah bentuk hukumnya dari perkumpulan menjadi Perseroan Terbatas, seiring dengan berlakunya Undang-Undang No. 14 Tahun 1967 tentang Pokok-pokok Perbankan beserta peraturan pelaksanaannya. Dalam hal ini Keputusan Menteri Keuangan tertanggal 18 Desember 1968. Pada tanggal

15 Juni 1974, Perkumpulan Himpunan Saudara secara formal legal dibubarkan dan pada saat bersamaan itu pula didirikan PT Himpunan Saudara (HS) 1906.

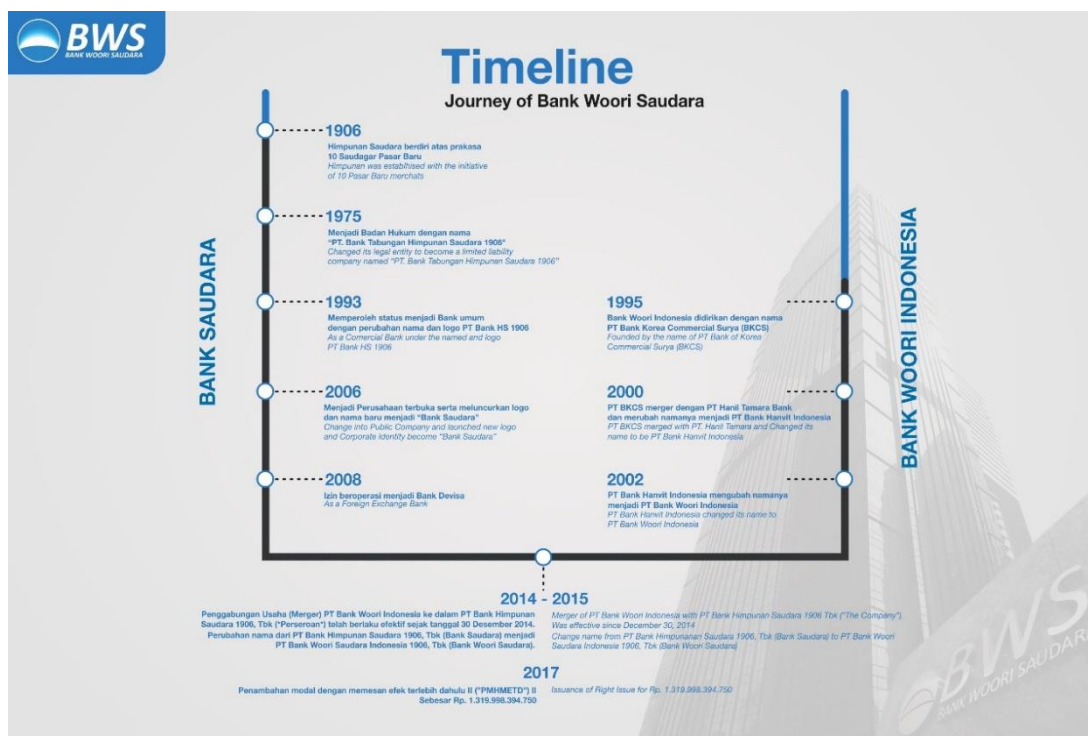
Pada bulan April 1992 PT Himpunan Saudara (HS) 1906 berubah menjadi PT Bank Himpunan Saudara 1906 dengan adanya penyertaan modal serta manajemen atau kepengurusan oleh MEDCO Group (Perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang perminyakan dan gas bumi serta kontraktor) dan pada bulan Juli 1993 dengan berlakunya Undang-Undang Perbankan No. 7/1992 berdasarkan SK menteri Keuangan No. Kep.067/KM.17/1993, PT Bank HS 1906 Beroperasi sebagai Bank Umum yang peresmian dilakukan oleh Drs. Mar'ie Muhammad yang saat itu menjabat menteri Keuangan RI.

Pada tahun 2006, PT Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk mengubah nama panggilan/call name menjadi BANK SAUDARA dengan bentuk hukum yang sama dan diikuti dengan perubahan logo perusahaan. Pada tanggal 15 Desember 2006, PT. Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk melakukan penawaran umum saham perdana perseroan kepada masyarakat (*Initial Public Offering*) yang efeknya tercatat pada Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan kode SDRA, dalam upaya peningkatan kinerja perusahaan serta menjadi perusahaan yang terbuka dan dimiliki oleh publik.

Pada tahun 2015 perubahan nama dari PT Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk (Bank Saudara) menjadi PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk (Bank Woori Saudara).

Kantor Cabang Tasikmalaya diresmikan pada tanggal 29 Oktober 2008 hanya untuk ekspansi bisnis. Pimpinan Cabang pertama di Kantor Cabang Tasikmalaya yaitu Tommy Roza. Pimpinan cabang menjabat maksimal 5 tahun. Pegawai yang ada di KC Tasikmalaya berjumlah 33 orang (*all crew*) mulai dari Pimpinan Cabang sampai satpam dan *Office Boy*.

Adapun sejarah singkat PT Bank Woori Saudara 1906, Tbk melalui gambar di bawah untuk memudahkan para pembaca untuk mengetahui sejarah PT Bank Woori Saudara 1906, Tbk secara singkat, berikut adalah sejarah



singkat:

Gambar 3.1
Timeline Sejarah Bank Woori Saudara

Sumber: www.bankwoorisaudara.com, 2024

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

VISI:

“Menjadi TOP-15 Bank di Indonesia yang mengedepankan keselarasan aspek ekonomi, Sosial dan lingkungan hidup”

MISI:

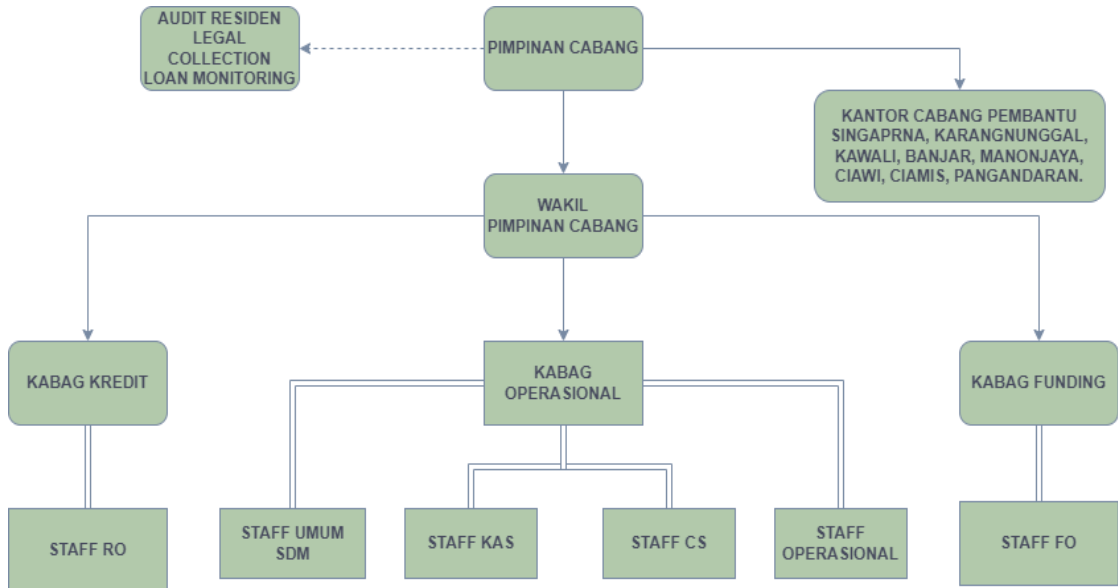
1. Diversifikasi portofolio bisnis termasuk penyediaan pembiayaan bisnis berkelanjutan.
2. Mendukung program pembangunan nasional untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia.
3. Memperkuat struktur organisasi dan pengembangan kapasitas internal.

3.1.3 *Statement* Budaya Perusahaan

Dalam rangka mendukung pencapaian visi dan misi Bank Woori Saudara menjadi Top 15 Bank di Indonesia yang mengedepankan keselarasan aspek ekonomi, Sosial dan lingkungan hidup, maka Bank Woori Saudara menerapkan beberapa budaya kerja untuk mencapai visi dan misi tersebut. Adapun budaya kerja pada Bank Woori Saudara adalah sebagai berikut:

1. Mengutamakan Nasabah (*Customer Oriented*)
2. Pelayanan yang Terbaik untuk *Stakeholder* (*Excellence*)
3. Kompeten dan Bertanggung jawab
4. Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Accountability*)
5. Bank yang Terpercaya (*Trust*)

3.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 3.2
Struktur Organisasi

Sumber: Bank Woori Saudara Tbk KC Tasikmalaya, 2024

- Pimpinan Cabang: Ricky Nurzaman
- Wakil Pimpinan Cabang: Intan Panji
- Kabag Operasional: Ajeng Rahmi Lestari
- Staf Operasional: Randi Maulana & Rinaldi Prastian
- Staf Umum SDM: Irfan Nur alim
- Staf Kas: Ali Hanif
- Staf CS: Novianti Putri Adesti
- Kabag Kredit: Lefeno Sahwandono
- Staf RO: Ruli Risman, Ginanjar Maulana, Asep Mumu & Chotib Armi
- Kabag *Funding*: Yanti Widyawati
- Staf FO: Radina Islamiya & Nurfajriyani
- *Audit Residen*: Iwan Kurniawan

- Legal: Restu Ristiani
- *Collection*: Yana Sudyana
- *Loan Monitoring*: Muhammad Tedi
- Keamanan: Undang, Andi & Rudi
- *Office Boy*: Dede & Dani

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana menurut (Sugiyono, 2022) pendekatan penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif/statistik yang tujuannya untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Penelitian yang diteliti adalah penelitian asosiatif hubungan kausal, menurut (Sugiyono, 2022) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat, yaitu adanya variabel *independen* (yang mempengaruhi) dan *dependen* (dipengaruhi). Dimana dalam penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian produk deposito yang nantinya akan didukung oleh teori serta pengumpulan data melalui kuesioner, maka tipe penelitian ini akan termasuk kedalam metode penelitian *eksplanatori* yang mana penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, tetapi penelitian

melakukan perlakuan dalam data, misalnya mengedarkan kuesioner, tes, wawancara dan sebagainya.

3.2.2 Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2022) definisi operasional adalah penentu konstruk atau sifat yang dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, bertujuan agar dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya.

Menurut (Sutama, 2010) definisi operasional variabel penelitian yaitu sebuah definisi berdasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi atau mengubah konsep dengan kata-kata yang menguraikan perilaku yang dapat diamati dan dapat diuji serta ditentukan kebenarannya oleh seseorang.

Terdapat dua variabel pada penelitian ini yaitu variabel *independen* dan variabel *dependen* berdasarkan judul “Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Deposito di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya” yang menjadi definisi operasional variabel pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasonalisasi Variabel

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Bauran Promosi (X) Bauran promosi merupakan kombinasi strategi yang sangat baik dari beberapa variabel seperti periklanan, penjualan perorangan	Periklanan	- Misi/Tujuan - Pesan yang disampaikan - Media yang digunakan	Ordinal
	Promosi Penjualan	- Penggunaan alat promosi	Ordinal

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
dan beberapa alat promosi lainnya yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan penjualan sebuah perusahaan. (Swastha, 2002)		<ul style="list-style-type: none"> - Berjangka Waktu - Mendorong Pembelian 	
	Penjualan Personal	<ul style="list-style-type: none"> - Konfrontasi Personal - Mempererat - Respon Nasabah 	Ordinal
	Hubungan Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Publikasi - Kegiatan pelayanan masyarakat - Media Identitas 	Ordinal
	Penjualan Langsung	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasaran surat langsung - <i>Telemarketing</i> - <i>Catalog marketing</i> 	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. (Alma, 2016)		<ul style="list-style-type: none"> - Jenis Produk - Bentuk Produk - Merek - Tempat pembelian 	Ordinal

Sumber: Dikumpulkan dari beberapa sumber

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Menurut (Sugiyono, 2022) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pada teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya yang mana pertanyaan yang diajukan mengenai permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang nantinya akan menjadi sampel penelitian sehingga memperoleh data yang akurat.

Untuk menghitung kuesioner pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala *likert*. 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, (Sugiyono, 2022). Dalam skala *likert* setiap jawaban diberi bobot seperti dibawah ini:

- a. Sangat Setuju (SS) = 5
- b. Setuju (S) = 4
- c. Netral (N) = 3
- d. Tidak Setuju (TS) = 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2022) data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan data

kepada pengumpul data (misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen). Pada penelitian ini, jenis dan sumber data yang digunakan akan berfokus pada data primer yang akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui artikel, jurnal, dan dokumen perusahaan sebagai pendukung data primer.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut (Sugiyono, 2022) populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditariknya kesimpulan”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah deposito/deposan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya yang berjumlah 207 orang.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2022) sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Dalam menentukan sampel diperlukan suatu metode pengambilan sampel yang tepat agar diperoleh sampel yang representatif dan dapat menggambarkan keadaan populasi secara maksimal. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode *purposive sampel non probabilitas* yang teknik pengambilan sampelnya tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, karakteristik dari responden dalam metode ini yaitu deposan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang

Tasikmalaya. Maka penulis mengambil sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *slovin* yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: banyak sampel

N: banyak populasi

e: persentase kesalahan

$$n = \frac{207}{1 + 207 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{207}{3,07}$$

$$n = 67,4267$$

$$n = 67$$

Keterangan:

n: banyak sampel

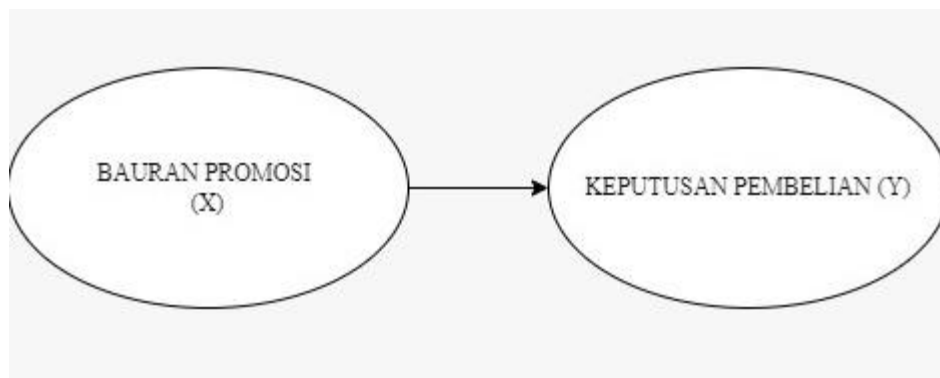
N: 207

e: 0,1 = 10%

Jadi, berdasarkan perhitungan menggunakan rumus *slovin* diatas, sampel dalam penelitian ini yaitu 67 orang responden.

3.2.4 Model Penelitian

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian maka disajikan model penelitian berdasarkan kerangka pemikiran sebagai berikut.



Gambar 3.3
Metode Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut (Priyatno, 2015) Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid dan tidak validnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menemukan valid tidaknya kuesioner dalam penelitian menggunakan perbandingan antara *corrected item-total correlation* dengan koefisien korelasi yang ditentukan sebesar $r = 0,05$. Butir kuesioner dikatakan valid jika *corrected item-total correlation*

lebih besar dari 0,05 dan sebaliknya jika *corrected item-total correlation* lebih kecil dari 0,05, maka dikatakan butir pertanyaan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir kuesioner dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *alpha cronbach*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Menurut (Priyatno, 2015) Kuesioner dikatakan reliabel jika *cronbach alpha* > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60.

3.2.5.2 Analisis Deskripsi

Menurut (Sugiyono, 2022) Menurut Sugiyono (2016:147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti ingin mendeskripsikan data dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dan sampel diambil.

Untuk menjelaskan kondisi masing-masing variabel penelitian digunakan analisis deskriptif dengan rumus sebagai berikut:

$$range = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{range skor}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Kemudian hasilnya dikategorikan:

Tabel 3.2
Kategori Penilaian Variabel Penelitian

Range	Kategori
1,00 – 1,8	Sangat Tidak setuju
1,81 – 2,6	Tidak Setuju
2,61 – 3,4	Netral
3,41 – 4,2	Setuju
4,21 – 5,0	Sangat Setuju

Sumber: Dikumpulkan dari beberapa sumber

3.2.5.3 Analisa Linier Regresi Sederhana

a Persamaan regresi linier sederhana

Regresi sederhana merupakan analisis yang terdiri hanya dua variabel saja yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut menurut (Sahir, 2021):

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

X : Variabel bebas

a : konstanta (apabila nilai x sebesar 0 maka Y akan sebesar a atau konstanta) yang diperoleh dengan rumus

b : koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

b Uji Koefisien Korelasi

Menurut Syofian (2013) pada (Annisa, 2017) Koefisien korelasi adalah bagian bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari dua variabel.

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

Keterangan:

r : koefisien korelasi

n : jumlah sampel penelitian

X : skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y : Skor total yang diperoleh subjek dalam setiap item

$\sum X$: jumlah skor dalam variabel X

$\sum Y$: jumlah skor dalam variabel Y

$\sum X^2$: jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum XY$: jumlah skor perkalian variabel X dan Y

c Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi yang sering disebabkan dengan R^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat bila angka koefisien determinasi dalam model regresi tersebut menjadi kecil atau semakin dekat dengan 0 berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau dimana nilai R^2 mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

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

Keterangan:

KD : Nilai Koefisien Determinasi

R^2 : Nilai Koefisien Korelasi

3.2.5.4 Uji Hipotesis

Uji parsial atau Uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikan secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, (Sahir, 2021). digunakan adalah uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hit} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t : nilai t hitung

r : Koefisien Korelasi

r^2 : Koefisien Determinasi

n : Jumlah Data