

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Menurut Sugiyono (2009) metode kuantitatif ialah tata cara penelitian yang dipakai guna mempelajari populasi dan sampel tertentu, dimana sampel diambil dengan cara acak, kemudian dianalisa dengan cara kuantitatif ataupun statistik guna mencoba hipotesis yang sudah ditetapkan.<sup>1</sup>

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yakni deskriptif dengan memakai pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang analitis, aktual, serta cermat mengenai kenyataan, gambar, serta sifat dan hubungan fenomena yang telah diselidiki. Tujuan dari penelitian ini ialah agar mengetahui perihal efek *sharia financial literacy*, *islamic branding*, dan *sharia governance* terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus. Peneliti juga menggunakan riset internet (*online research*) dengan memakai sarana internet selaku pencarian data berupa teori maupun data-data penunjang penelitian yang akan dilakukan. Dengan menggunakan *online research* akan memudahkan untuk peneliti menemukan data-data yang diinginkan untuk menyusun laporan.

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah subjek penelitian. Populasi menurut Sugiyono (2016) adalah suatu wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari objek serta subjek yang memiliki kualitas dan ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk didalami serta nantiya dibuat kesimpulannya.<sup>2</sup> Sampel yakni bagian yang diseleksi berdasar jenjang populasi.<sup>3</sup> Adapun populasi yang

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 2009th ed. (Bandung: Alfabeta, n.d.).

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 2016th ed. (Bandung: Alfabeta, n.d.).

<sup>3</sup> Siti Aisyah, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten

dipakai dari penelitian ini merupakan generasi milenial di Kabupaten Kudus yang memenuhi kriteria.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari anggota populasi yang diperoleh dengan prosedur tertentu berdasarkan jumlah dan karakteristik tertentu. Sampel yakni beberapa dari populasi yang dicermati, sehingga harus mewakili populasi dan memberikan gambaran yang sebenarnya tentang populasi tersebut.<sup>4</sup> Pemilihan sampel untuk penelitian ini dengan menerapkan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah metode pengumpulan sampel bersumber pada patokan khusus Sugiyono (2008).<sup>5</sup> *Purposive sampling* pula diucap selaku sampel penelitian. Tujuan penting dari *Purposive sampling* membuat sampel yang dianggap mewakili populasi secara logis. Kriteria responden adalah generasi milenial yang berdomisili di Kabupaten Kudus yang melek teknologi untuk mencari informasi, kelahiran tahun 1980-2000 an dengan tingkatan pendidikan serta wawasan yang lebih besar dari generasi lebih dahulu (generasi milenial perlu mengembangkan keterampilan keuangan dan belajar bagaimana menggunakan instrumen keuangan secara pribadi), percaya pada *user generated content*, mampu memberikan informasi, rasa percaya diri, memiliki harga diri yang besar, dan lebih terbuka serta lapang dada kepada perubahan. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus slovin sebagai berikut:<sup>6</sup>

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

---

Bantul Yogyakarta,” 2019 Volume 2 No 1 (n.d.), <https://doi.org/10.21021/elibrary.almaata.ac.id/1655>.

<sup>4</sup> Gulo W, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002).

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 2008<sup>th</sup> ed. (Bandung: Alfabeta, n.d.).

<sup>6</sup> Saban Echdar, *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2017).

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Harga dalam kurva normal untuk simpanan 5%,  
dengan nilai = 1,96

p = Peluang Benar 50% = 0,5

q = Peluang Salah 50% = 0,5

e = Margin error, dalam penelitian ini menggunakan 10%  
= 0,1

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan di atas, menurut Saban (2017) disarankan untuk membulatkan ke atas angka dalam perhitungan yang menyatakan hasil akhir sebagai pecahan (dengan koma),<sup>7</sup> sehingga total sampel yang dipakai pada penelitian ini akan dibulatkan ke 100 orang responden.

### C. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Ada 4 variabel dalam penelitian ini, yaitu tiga variabel bebas yang meliputi Literasi keuangan syariah (*Sharia Financial Literacy*) (X1), *Islamic Branding* (X2), *Sharia Governance* (X3) dan satu variabel terikat yaitu *saving intention* (Y). *Skala likert* digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah operasional variabel yang terdapat dalam penelitian ini.

---

<sup>7</sup> Saban Echdar, *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2017)

Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel

No	Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	<i>Saving Intention</i> (Minat Menabung) (Y)	Menurut (Kotler & Killer, 2002) Minat menabung pada perbankan syariah ialah kemauan ataupun motivasi yang diberikan dengan cara sadar oleh diri sendiri tanpa terdapatnya desakan buat menabung di lembaga perbankan syariah	(Menurut Ferdinand Chotifah, 2018): <sup>8</sup> 1. Transaksional a. Keyakinan memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan b. Keyakinan memilih produk perbankan syariah 2. Referensial a. Informasi produk kepada orang lain b. Referensi produk kepada orang lain 3. Prefensial a. Ketegasan sikap untuk selalu menggunakan produk b. Keyakinan dalam keunggulan produk 4. Eksploratif a. Pencarian informasi b. Perbandingan produk	Likert
2	Literasi Keuangan	Komisi Literasi dan Pendidikan	Menurut (Remund, 2010): <sup>10</sup>	Likert

<sup>8</sup> Ferdinand Chotifah, "Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Program Office Channeling ", 2018 1, no. 1 (n.d.): 65–75, <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>.

<sup>10</sup> Remund, D.L., "Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy."

	Syariah ( <i>Sharia Financial Literacy</i> ) (X1)	Keuangan mendefinisikan literasi keuangan syariah sebagai keahlian mengatur sumber daya keuangan dengan cara efisien guna memperoleh kekayaan. <sup>9</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan dalam konsep literasi keuangan syariah</li> <li>2. Kemampuan tentang literasi keuangan syariah yang tinggi</li> <li>3. Sikap dalam manajemen keuangan pribadi</li> <li>4. Keyakinan dalam membangun kepercayaan dalam perencanaan jangka panjang</li> </ol>	
3	<i>Islamic Branding</i> (X2)	Menurut Nasrullah (2015) <i>Islamic Branding</i> berarti menggunakan nama yang berkaitan dengan islam ataupun membuktikan bukti diri kehalalan suatu produk. <sup>11</sup>	Menurut (Chalil,2020): <sup>12</sup> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Islamic Brand By Compliance</i> ( memiliki daya tarik yang terlihat dan kuat)</li> <li>2. <i>Islamic Brand By Origin</i> (berdasarkan asal yang melihatkan produk halal)</li> <li>3. <i>Islamic Brand By Customer</i> (mengikutkan label halal pada produknya)</li> </ol>	Likert
4	<i>Sharia Governance</i>	Menurut IFSB (IFSB- 10,	Menurut Siti Maria (2011) <sup>14</sup> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterbukaan</li> </ol>	Likert

<sup>9</sup> Kusumadewi, "Literasi Keuangan Syariah."

<sup>11</sup> Nasrullah, "Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk."

<sup>12</sup> Chalil, *Brand, Islamic Branding, Dan Re-Branding "Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri Dan Bisnis Global.*

<sup>14</sup> Siti Maria Wardayati, "Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah." 2023,

[tps://journal.walisongo.ac.id/index.php/walisongo/article/view/210](https://journal.walisongo.ac.id/index.php/walisongo/article/view/210).

(X3)	<p>2009) “A set of institutional and organizational arrangements to ensure that Islamic financial institutions have effective independent oversight of their Shariah compliance through the issuance of relevant Shariah declarations, dissemination of information, and internal verification of Shariah compliance”.<sup>13</sup></p>	<p>(transparency)                  2. Akuntabilitas (accountability)                  3. Pertanggung Jawaban (responsibility)                  4. Independensi (independency)                  5. Kewajaran</p>	
------	---	---	--

**D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

a. Uji Validitas

Validitas suatu instrumen adalah jarak sebenarnya yang diukur (subjek yang diukur). Uji validitas dipakai buat mengukur keefektifan ataupun validitas kuesioner. Sesuatu angket dibilang valid bila statement pernyataan pada survey atau kuesioner itu sanggup mengatakan suatu yang hendak diukur oleh angket itu. Uji signifikansi dicoba dengan menyamakan nilai r- hitung (nilai *Corrected- item- Total Correlation* pada output

<sup>13</sup> IFSB (Islamic Financial Services Board), *Guiding Principles on Shari’ah Governance Systems for Institutions Offering Islamic Financial Services.*



*alpha Cronbach*) dengan nilai  $r$  tabel buat derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$  ( $n$  merupakan jumlah sampel dengan tingkatan signifikansi 0, 05). Bila  $r$  jumlah lebih besar dari  $r$  tabel serta mempunyai hubungan positif, dengan kata lain, suatu item persoalan dibidang valid bila skor item pertanyaan berkorelasi positif signifikan dengan kata lain item pertanyaan dengan total skor variabel.<sup>15</sup>

Semakin besar validitas instrumen, terus menjadi bagus instrumen yang dipakai. Perhatikan, bagaimanapun kalau pengukuran validitas instrumen tidak bisa dipisahkan dari golongan. Oleh karena itu, tindakan yang berhasil untuk satu kelompok mungkin tidak berhasil untuk kelompok lain.

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas dijalankan dengan memeriksa item persoalan yang diumumkan valid. uji coba ini dicoba buat mengukur angket yang ialah penanda dari variabel ataupun konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel atau kredibel jika tanggapan kepada pernyataan merupakan tidak berubah-ubah ataupun normal dari masa ke masa. Menurut Sugiyono (2006) sesuatu variabel dibidang reliabel bila mempunyai *Cronbach Alpha* > 0,60, seperti itu pula kebalikannya.<sup>16</sup>

## E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi yang komplit serta akurat sehingga bisa ditegakkan kebenaran ilmiahnya, penulis memakai metode pengumpulan informasi dengan menyebarkan kuesioner ataupun angket. Menurut Sugiyono (2005) kuesioner merupakan metode pengumpulan data dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan.<sup>17</sup> Kuesioner ataupun angket berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup diberikan melalui *google form* serupa dengan patokan yang sudah ditetapkan. Angket dalam

---

<sup>15</sup> Sujarweni and V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, Pustaka Baru Press , 2018, n.d.,

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, n.d.(2006).

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 2005th ed. (Bandung: Alfabeta, n.d.).

penelitian ini digunakan untuk mengetahui respon generasi milenial mengenai minat menabung pada Bank Syariah.

Skala variabel yang dipakai yakni *skala likert* yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju dengan rentang nilai 1 sampai dengan 5. Selain teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, menggunakan studi pustaka (*library research*), penelitian kesusastraan dicoba selaku upaya untuk mendapat data teoritis dengan membandingkannya dengan data penelitian yang diperoleh. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mencari dari beberapa materi dari buku. Peneliti juga menggunakan riset internet (*online research*) untuk mendapatkan informasi berupa teori data pendukung untuk penelitian yang akan dilakukan. *Online research* memudahkan penulis untuk mendapatkan data yang ingin mereka laporkan.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data untuk penelitian kuantitatif ini memakai beberapa teknik analisa regresi linier berganda buat mengetahui akibat antara variabel bebas( independen) dengan variabel terikat (dependen). Tujuan dari teknik analisis regresi linier berganda yakni untuk menghitung nilai estimasi rata-rata serta nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen, untuk menguji hipotesis karakteristik dependensi, dan untuk memprediksi nilai rata-rata dari variabel independen.

### 1.) Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk melihat akibat antara variabel bebas serta variabel terikat terhadap skala pengukuran ataupun rasio persamaan linier, analisa regresi linier berganda yang diolah dengan software SPSS digunakan dalam penelitian ini. Persamaan regresi yang dipakai dalam penelitian ini yakni:<sup>18</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

---

<sup>18</sup> Danang Sunyoto, *Analisis Validitas Dan Asumsi Klasik* (Yogyakarta: Gava Media, 2012), 277.



Keterangan:

Y	= <i>Saving intention</i> di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus
a	= Konstanta
b1,b2,b3	= Koefisien
X1	= <i>Sharia financial literacy</i>
X2	= <i>Islamic branding</i>
X3	= <i>Sharia governance</i>
e	= <i>Residual</i> atau <i>error</i>

a.) Uji  $R^2$  (Determinasi)

Uji koefisien determinasi dijalankan guna menguji sebaik mana variabel endogen bersama atau simultan dapat menerangkan variabel eksogen. Semakin besar nilai  $R^2$  maka semakin bagus model prediksi dari bentuk penelitian yang diajukan. uji coba koefisien determinasi ( $R^2$ ) dijalankan guna mengetahui dan memprediksi seberapa besar atau pentingnya kontribusi efek gabungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen menyediakan nyaris seluruh data yang diperlukan buat memperhitungkan variabel dependen. Tetapi, bila nilai  $R^2$  terus menjadi kecil, maksudnya keahlian variabel bebas buat menerangkan variabel terbatas sangat terbatas (Ghozali, 2016).<sup>19</sup>

b.) Uji F (Simultan)

Uji F merupakan uji coba signifikansi persamaan yang dipakai buat mencoba seberapa besar akibat variabel bebas (X1, X2, X3) secara simultan terhadap variabel terikat (Y) dengan menggunakan kriteria jika:<sup>20</sup>

- 1.) Sig < 0,05, sehingga  $H_a$  diterima serta  $f$  hitung >  $f$  tabel.

<sup>19</sup> Ghozali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, 8th ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

<sup>20</sup> Danang Sunyoto, *Analisis Validitas Dan Asumsi Klasik* (Yogyakarta: Gava Media, 2012), hlm. 162

2.) Sig > 0,05, sehingga  $H_a$  ditolak serta  $f$  hitung <  $f$  tabel.

c.) Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah uji koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel independen (X) secara independen mempengaruhi variabel dependen (Y) dengan menggunakan kriteria jika:<sup>21</sup>

1.) Sig < 0,05, maka  $H_a$  diterima dan  $t$  hitung >  $t$  tabel

2.) Sig > 0,05, maka  $H_a$  ditolak dan  $t$  hitung <  $t$  tabel.

2.) Asumsi Klasik

a.) Normalitas

Pendapat yang sama dari Ghazali (2018) tes normalitas bermaksud buat mencoba apakah dalam bentuk regresi baik variabel dependen maupun variabel independen memiliki distribusi normal ataukah tidak.<sup>22</sup> uji coba normalitas data bisa dicoba dengan memakai Kolmogorov Smirnov dengan menyamakan distribusi data (buat mengetes normalitasnya) dengan distribusi wajar baku. Distribusi normal dasar merupakan informasi yang diganti menjadi bentuk  $z$ -score dan dianggap normal. Oleh karena itu, *Kolmogorov Smirnov* kriteria penentunya dengan kriteria yaitu :

1.) Bila signifikansi > 0,05, alhasil data berdistribusi normal.

2.) Bila signifikansi < 0,05, alhasil tidak berdistribusi normal.

b.) Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti terdapat hubungan linier yang sempurna ataupun pasti diantara sebagian maupun seluruh variabel yang bebas dari bentuk yang terdapat.<sup>23</sup> Salah satu metode untuk menguji adanya multikolinearitas ini dapat dilihat dari *tolerance value*

<sup>21</sup> Danang Sunyoto, *Analisis Validitas Dan Asumsi Klasik* (Yogyakarta: Gava Media, 2012), hlm. 161

<sup>22</sup> Ghozali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Universitas Diponegoro 2018, n.d.).

<sup>23</sup> Sujarweni V Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, hlm. 226

atau *variance inflation factor* (VIF). Untuk batas dari *tolerance value*  $> 0,1$  atau nilai VIF lebih kecil dari 10 hingga tidak terjalin multikolinearitas. Kebalikannya bila *tolerance value*  $< 0,1$  sehingga terjalin multikolinearitas. tes multikolinearitas dibutuhkan buat mengenali apakah ada variabel bebas yang menunjukkan kesamaan antar variabel bebas dalam model.<sup>24</sup>

c.) Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mengetes perbedaan *variance residual* pada setiap periode pengamatan. Menurut pendapat Ghozali (2018) tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya.<sup>25</sup> Cara untuk memprediksi apakah ada heteroskedastisitas yaitu dengan uji *Glejser* dengan meregresi nilai *residual absolut* dari variabel independen. Untuk melihat penilaiannya yaitu pada probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan kalau bentuk regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

---

<sup>24</sup> Sujarweni V Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, hlm. 176

<sup>25</sup> Ghozali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*  
25.