

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian yang menjelaskan fakta, sifat populasi, atau bidang tertentu secara berurutan dikenal sebagai penelitian deskriptif. Sedangkan metode kuantitatif menggunakan angka untuk menganalisis data dengan maksud menciptakan dan menerapkan model matematika, teori, atau hipotesis yang relevan dengan kasus yang sedang diselidiki.¹

B. Tempat dan Lokasi Penelitian

Kajian dilakukan di KSPPS BMT BUS Lasem. Sejak Maret 2023 hingga selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua bagian pada objek atau subjek yang menjadi area generalisasi.² Populasi sendiri adalah sekelompok individu yang mempunyai ciri khas tertentu yang membedakan dari kelompok lain. Bukan hanya manusia, benda ataupun objek lain juga bisa dijadikan populasi.³ Dalam penelitian ini populasinya adalah para nasabah/anggota KSPPS BMT BUS Lasem.

2. Sampel

Populasi termasuk bagian sampel.⁴ Oleh karena itu sampel cenderung berjumlah sedikit karena hanya mewakili dari populasi.

Pengambilan sampel *non-probabilitas* digunakan dalam strategi pengambilan sampel penelitian ini, yang berarti populasi sampel tidak memiliki akses yang sama. *purposive sampling*,

¹ Suryani Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, Cetakan ke (Jakarta: Kencana, 2015). 109

² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19th edn (Bandung: Alfabeta, 2013). 130

³ Muhyiddin, Tarmizi, and Yulianita. 70

⁴ Wirana Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 1st edn (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015). 80

suatu metodologi berdasarkan faktor-faktor tertentu sehingga cocok sebagai sampel, digunakan dalam penelitian ini.⁵

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di BMT BUS Lasem, dengan pertimbangan berikut ini:

1. Berumur 17 tahun keatas.
2. Beragama Islam.
3. Tercatat sebagai nasabah BMT Lasem yang menggunakan produk baik simpanan ataupun pembiayaan.

Dalam menentukan jumlah sampel, panneliti menggunakan rumus hair. Rumus Hair digunakan karena populasi pada penelitian ini tidaklah diketahui secara pasti dan memberikan saran bahwa minimum sampel 5-10 dikali variabel indikator.⁶ Maka dari itu akan dilakukan perhitungan sebagai berikut: jumlah indikator $34 \times 5 = 170$ sebagai jumlah sampel minimum. Jadi melalui perhitungan tersebut peneliti penetapan jumlah sampel pada penelitian ini dengan menggunakan 170 sampel.

D. Identifikasi Variabel

Menurut sugiyono, variabel penelitian ialah suatu dapat diiteliti sehingga akan menghasilkan sebuah informasi baru.⁷ Variabel yang digunakan peneliti ada tiga, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent variable*)
Variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen.⁸ Maka variabel bebas (*independent variable*) yang dipakai adalah literasi keuangan syariah (X_1), promosi (X_2), kualitas produk (X_3)
2. Variabel terikat (*Dependent Variable*)
Variabel dependen merupakan variabel dipengaruhi oleh variabel independent.⁹ Maka variabel terikat (*dependent variable*) yang dipakai adalah minat menabung (Y)

⁵ Muhyiddin, Tarmizi, and Yulianita. 74

⁶ Josep F. Hair JR, *Multivariate Dana Analysis*, 7th edn (England: Pearson Education Limited, 2010).

⁷ Sandu Suyito and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 1st edn (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015) <<https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>>. 50

⁸ Muhyiddin, Tarmizi, and Yulianita. 57

⁹ Muhyiddin, Tarmizi, and Yulianita. 57

3. Variabel Intervening (*Intervening Variable*)

Variabel intervening adalah variabel yang menghubungkan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung.¹⁰ Maka variabel intervening yang dipakai adalah kepercayaan nasabah (Z)

E. Variable Operasional

Definisi variabel operasional adalah menjelaskan indikator-indikator yang membentuk variabel yang diteliti.

Variabel operasional dibutuhkan guna menguraikan variabel penelitian menjadi definisi, indikator dan skala pengukuran. Disamping itu, variabel operasional juga bertujuan untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan pendapat dalam penelitian ini. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Referensi
Literasi Keuangan Syariah	Literasi keuangan Islam mengacu pada kumpulan informasi dan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk memahami ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip syariah untuk mencapai kesejahteraan materi dan ridha Allah	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mengetahui informasi seputar lembaga keuangan syariah 2) Rekomendasi orang lain 3) Kemampuan untuk menggunakan produk dan layanan 4) Kemampuan menggunakan produk sesuai kebutuhan 5) Pengetahuan tentang perbedaan dan persamaan 	Potrait of MSMEs' Islamic Financial Literacy and The Impact on Business Development ¹¹

¹⁰ Muhyiddin, Tarmizi, and Yulianita.58

¹¹ Aqidah Asri Suwarsi dkk, Potrait of MSMEs' Islamic Financial Literacy and The Impact on Business Development, Jurnal AFKARUNA, 18.1 (2022)

	SWT.	<p>Lembaga Keuangan konvensional dan syariah</p> <ol style="list-style-type: none"> 6) Memastikan bahwa lembaga tidak menggunakan sistem bunga 7) Keyakinan terhadap kinerja BMT 8) Kualitas dan layanan sesuai ekspektasi 9) Keyakinan menggunakan produk BMT 10) Kemampuan mengatur keuangan 11) Memiliki perencanaan keuangan 12) Menggunakan produk pembiayaan 	
Promosi	Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada konsumen yaitu dengan menyampaikan informasi tentang produk yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pemberian hadiah kepada nasabah. 2) Memberikan promosi spesial pada hari-hari tertentu. 3) Timbulnya rasa suka masyarakat. 4) Ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan. 5) Membagikan 	<p>“The Analysis of Product, Price, Promotion and Service Quality on Customers Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi,</p>

		informasi promosi melalui media cetak atau elektronik. 6) Promosi yang menarik	West Java, Indonesia” ¹²
Kualitas Produk	kualitas produk mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan fungsionalitas produknya untuk memuaskan pelanggan.	1) Produk dan layanan sesuai kebutuhan pasar. 2) Timbulnya rasa suka masyarakat terhadap produk dan layanan. 3) Konsisten meningkatkan kualitas produk.	“Market Orientation, Job Satisfaction, Product Quality, and Firm Performance : Evidence From China” ¹³
Minat Menabung	Minat menabung ialah keinginan yang ada terjadi pada seorang nasabah untuk menyimpan dananya di Bank	1) Memiliki rencana untuk dalam penggunaan produk 2) Kecenderungan seseorang untuk memilih produk 3) Dorongan ingin memiliki produk 4) Minat	The Intention to use Islamic Banking: an exploratory study to measure Islamic literacy ¹⁴

¹² Junio Andreti and others, ‘The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers’ Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia’, *International Journal of Advances in Management and Economics* , 2.6 (2013), 72–78 <www.managementjournal.info>.

¹³ Kevin Zheng Zhou and others, Market Orientation, Job Satisfaction, Product Quality, and Firm Performance: Evidence From China, *Strategic Management Journal*, 29 (2008), 985-1000

¹⁴ Mohamed Albaity and Mahfuzur Rahman, ‘The intention to use Islamic Banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy’, *International Journal of Emerging Market*, 15.5 (2018). 988-1012

		<p>menggunakan produk</p> <p>5) Minat menggunakan produk dimasa depan</p> <p>6) Timbul rasa suka pada produk</p> <p>7) Kecenderungan untuk merekomendasikan produk pada orang lain</p> <p>8) Keinginan menggunakan produk dalam waktu dekat</p>	
Kepercayaan Nasabah	kepercayaan nasabah adalah kondisi psikologis yang dialami nasabah dimana mereka percaya akan pemenuhan janji yang diberikan oleh bank.	<p>1) Keyakinan terhadap kinerja karyawan.</p> <p>2) Keyakinan terhadap pelayanan.</p> <p>3) Keyakinan bahwa tabungan yang dimiliki tidak disalahgunakan.</p> <p>4) Kesiediaan untuk menabung.</p> <p>5) Keyakinan terhadap pemenuhan janji.</p>	“Customer Trust as Relationship Mediation Between cusomer Satisfaction and Loyalty at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi” ¹⁵

¹⁵ Rahmat Madjit, ‘Customer Trust as Relationship Mediation Between cusomer Satisfaction and Loyalty at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi’, *The International Journal of Engineering and Science (IJES)*, 2.5 (2013), 48-60

F. Teknik Pengumpulan Data

Baik data primer maupun data sekunder digunakan sebagai sumber data penelitian. Data primer atau disebut juga data asli adalah informasi yang peneliti akses langsung dari sumber data. Anggota KSPPS BMT BUS Lasem diberikan kuesioner yang menjadi sumber data utama penelitian ini. Data sekunder dikumpulkan dari sumber yang sudah ada.¹⁶ Data sekunder dapat ditemukan di berbagai tempat, termasuk buku, jurnal, dan publikasi lainnya. Dalam penelitian ini, diperlukan data sekunder sebagai data pembanding.

Teknik pengumpulan data ialah teknik dan dipakai untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner terdiri dari beberapa daftar pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari indikator variabel penelitian..

2. Wawancara

Peneliti bertanya langsung kepada staf untuk mengetahui lebih jauh bagaimana penanganan promosi dan kualitas produk yang diberikan kepada anggota KSPPS BMT BUS Lasem.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data melalui artikel ilmiah, jurnal maupun data-data lain sebagai penunjang dalam penelitian.

G. Instrumen penelitian

Alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data adalah instrumen pengumpulan data. Dalam penelitian ini instrumen berupa kuesioner. Dengan beberapa item dalam kuesioner yang harus dijawab oleh responden.¹⁷ Dengan kata lain angket merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan berdasarkan variabel yang diteliti serta nantinya akan menghasilkan sebuah informasi yang dibutuhkan. Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk tertutup. Angket tertutup

¹⁶ Suyito and Sodik. 67-68

¹⁷ Yusrizal, *Pengukuran & Evaluasi Hasil Dan Proses Belajar*, 1st ed. (Yogyakarta: Pale Media Prima, 2016), 146
<https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.

terdiri dari pernyataan dan pertanyaan kemudian memiliki alternatif jawaban yang bisa dipilih responden sesuai keadaan.¹⁸

Skala Likert adalah unit pengukuran yang digunakan oleh para ilmuwan. Pandangan dan pendapat suatu fenomena diukur menggunakan skala Likert. Fenomena yang peneliti pilih untuk penelitian ini disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang perlu diukur berubah menjadi variabel indikator saat menggunakan skala Likert dan digunakan dalam penyusunan bagian-bagian instrumen menjadi pernyataan atau pertanyaan.¹⁹ Skala pengukuran ditunjukkan di bawah ini.

Tabel 3.3 Skala Pengukuran

Jawaban	Keterangan	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

H. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan ketika semua data yang dibutuhkan terkumpul. Menggunakan variabel untuk mengkategorikan data, menyajikan data, melaksanakan perhitungan untuk mengatasi rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang disajikan adalah semua kegiatan analisis data.²⁰

Analisis jalur adalah metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis primer dilakukan untuk mengetahui apakah data tersebut sesuai dengan yang terjadi di lapangan atau tidak. Analisis berikut harus mengikuti jalur langsung atau melibatkan intervensi variabel untuk menemukan dampak langsung dan tidak langsung terhadap variabel dependen. Analisis jalur dilakukan menggunakan SmartPLS dan pemodelan persamaan struktural (SEM-PLS).

¹⁸ Nizamuddin, *Metodologi Penelitian Kajian Teoritis Dan Praktis Bagi Mahasiswa*, 1st ed. (Riau: Dotplus Publisher, 2021), 159-160 https://books.google.co.id/books?id=66MqEAAAQBAJ&pg=PA159&dq=angket+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwix0IfMt5_9AhX_cGwGHbrLDLMQ6AF6BAGCEAM#v=onepage&q=angket+adalah&f=false.

¹⁹ Sugiyono. 93

²⁰ Sugiyono. 232

Untuk memudahkan dalam pengolahan data maka menggunakan Software SmartPLS sehingga hasilnya lebih cepat dan lebih akurat. Dimana dilakukan *editing* dan *coding*. *Editing* adalah mengecek kesalahan dan ketidakpastian dari jawaban yang mungkin dilakukan responden. *Coding* adalah menggolongkan data untuk memudahkan dalam proses tabulasi.

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan *path analysis* (analisis jalur) *Structural Equation Modeling (SEM-PLS)* menggunakan SmartPLS. Analisis pada SEM-PLS dilakukan dengan tiga tahap, yaitu:

1. Analisa Outer Model

Korelasi antara variabel laten dengan indikatornya ditelaah secara detail dengan menggunakan uji *outer model*. Dengan anggapan bahwa konstruksi dan variabel laten mempengaruhi indikator atau arah hubungan timbal balik dari konstruk ke indikator manifes, variabel laten dapat diukur dengan indikator refleksif dan formatif. Uji yang dilakukan pada outer model, yaitu sebagai berikut:

- a. *Convergent Validity*. Nilai ini untuk mengetahui nilai validitas. Nilai *convergen validity* bisa dilihat dari nilai *loading factor* pada setiap indikator. Nilai yang diharapkan $> 0,7$ dikatakan ideal dan $> 0,6$ masih diterima.
- b. *Discriminant Validity*. Validitas diskriminan ditentukan dengan melihat *cross loading factor* dari setiap variable, nilai Nilai *cross loading factor* harus lebih dari 0,7.
- c. *Composite Reliability*. Untuk menguji reliabilitas bisa dilihat dari *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability* dan *Rho_A* harus lebih dari 0,7.

2. Analisa Inner Model

Berdasarkan teori substantif, *inner model* atau model struktural menjelaskan korelasi antar variabel laten. Model struktural didasarkan pada bagaimana masalah atau hipotesis penelitian dirumuskan. *Inner model* dapat dilihat dari beberapa faktor yang meliputi:

- a. *R Square (Coefficient determinant) R square* atau R^2 dilihat pada konstruk atau variabel dependen. Nilai R Square adalah koefisien determinasi pada konstruk dependen (variabel terikat). Nilai R Square 0,19 berarti lemah, nilai 0,33 berarti sedang, nilai 0,67 berarti kuat.
- b. Uji kecocokan model (*model fit*). Tujuan dari uji kecocokan model adalah untuk menilai penerapan data.

3. Pengujian Hipotesis

Tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis setelah melakukan semua pengujian baik *outer model* maupun *inner model*. Korelasi antara variabel dependen dan variabel independen dijelaskan melalui pengujian hipotesis. Dengan mengkaji nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi, dapat diketahui koefisien jalur (*Path Coefficient*) koefisien yang digunakan untuk menghitung signifikansi.²¹ Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas atau *p-value* adalah $< 0,05$ dan t-statistik atau t-tabel adalah $> 1,96$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak begitu pula sebaliknya.

Maka hipotesis yang diajukan pada penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh literasi keuangan syariah (X_1) terhadap kepercayaan nasabah (Z)
Menentukan H_0 dan H_a
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan literasi keuangan syariah terhadap kepercayaan nasabah.
 H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan literasi keuangan syariah terhadap kepercayaan nasabah.
- b. Pengaruh promosi (X_2) terhadap kepercayaan nasabah (Z)
Menentukan H_0 dan H_a
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan promosi terhadap kepercayaan nasabah.
 H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan promosi terhadap kepercayaan nasabah.
- c. Pengaruh kualitas produk (X_3) terhadap kepercayaan nasabah (Z)
Menentukan H_0 dan H_a
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah.
 H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah.
- d. Pengaruh kepercayaan nasabah (Z) terhadap minat menabung (Y)
Menentukan H_0 dan H_a
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan kepercayaan nasabah terhadap minat menabung.

²¹ Duryadi, *Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS* (Semarang: Universitas STEKOM, 2021). 63

- H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan kepercayaan nasabah terhadap minat menabung.
- e. Pengaruh literasi keuangan syariah (X_1) terhadap minat menabung (Y)
Menentukan H_0 dan H_a
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan literasi keuangan syariah terhadap minat menabung.
 H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan literasi keuangan syariah terhadap minat menabung.
- f. Pengaruh promosi (X_2) terhadap minat menabung (Y)
Menentukan H_0 dan H_a
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan promosi terhadap minat menabung.
 H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan promosi terhadap minat menabung.
- g. Pengaruh kualitas produk (X_3) terhadap minat menabung (Y)
Menentukan H_0 dan H_a
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan kualitas produk terhadap minat menabung.
 H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan kualitas produk terhadap minat menabung.
- h. Pengaruh literasi keuangan syariah (X_1) terhadap minat menabung (Y) melalui kepercayaan nasabah (Z)
Menentukan H_0 dan H_a
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan literasi keuangan syariah terhadap minat menabung melalui kepercayaan nasabah.
 H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan literasi keuangan syariah terhadap minat menabung melalui kepercayaan nasabah.
- i. Pengaruh promosi (X_2) terhadap minat menabung (Y) melalui kepercayaan nasabah (Z)
Menentukan H_0 dan H_a
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan promosi terhadap minat menabung melalui kepercayaan nasabah.
 H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan promosi terhadap minat menabung melalui kepercayaan nasabah.
- j. Pengaruh kualitas produk (X_3) terhadap minat menabung (Y) melalui kepercayaan nasabah (Z)
Menentukan H_0 dan H_a

H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan promosi terhadap minat menabung melalui kepercayaan nasabah.

H_a : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan promosi terhadap minat menabung melalui kepercayaan nasabah.

Dari kesemua hipotesis yang ada menggunakan kriteria:

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_0 diterima atau H_a ditolak jika signifikansi $> 0,05$

