

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode lapangan (*field research*) yang mencakup pengumpulan data secara langsung dari responden<sup>1</sup>. Metode yang diterapkan adalah deskriptif kuantitatif, yang mendeskripsikan objek penelitian dengan mengandalkan analisis data statistik untuk mengevaluasi pengaruh religiusitas, persepsi, dan *corporate reputation* terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah.

#### 2. Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dalam studi ini, yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Metode ini melibatkan analisis statistik dalam rangka menguji hipotesis yang telah dirumuskan<sup>2</sup>.

### B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Gribig, yang terletak di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah. Desa ini dipilih karena mayoritas penduduknya memeluk agama Islam namun masih banyak yang menggunakan layanan bank konvensional. Penelitian dilakukan mulai bulan Oktober 2023 hingga bulan Februari 2024.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan obyek atau subyek yang memiliki karakteristik atau atribut tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan fokus studi dan kemudian dianalisis. Populasi merupakan totalitas objek yang terdiri dari individu, kejadian, atau benda yang memiliki karakteristik yang menarik

---

<sup>1</sup> Kasmadi and Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, 2nd ed. (Bandung: Alfabeta, 2014), 62.

<sup>2</sup> Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17.

untuk diteliti oleh peneliti<sup>3</sup>. Dalam studi ini, populasi terdiri dari penduduk Desa Gribig, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus, dengan jumlah mencapai 9.641 orang pada tahun 2023 menurut data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus Kecamatan Gebog Dalam Angka 2023.

**Tabel 3. 1**  
**Jumlah Penduduk Desa Gribig Gebog Kudus Berdasarkan Jenis Kelamin<sup>4</sup>**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Pria	4.866
2.	Wanita	4.775
<b>Jumlah</b>		9.641

Masyarakat Desa Gribig yang akan dijadikan obyek penelitian oleh peneliti adalah masyarakat yang telah bekerja ataupun yang masih berstatus mahasiswa. Peneliti memandang masyarakat Desa Gribig sudah bisa menentukan produk perbankan apa yang akan dipilih.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih dengan karakteristik yang sama, dan mewakili keseluruhan populasi.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini, digunakan teknik *Non Probability Sampling* yang memungkinkan setiap anggota populasi memiliki kesempatan berbeda (tidak sama) untuk menjadi bagian dari sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, di mana pemilihan dilakukan berdasarkan pertimbangan khusus untuk mewakili populasi<sup>6</sup>. Kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Masyarakat yang tinggal di Desa Gribig Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus,
2. Responden berumur 17 tahun keatas,

<sup>3</sup> Sigit Hermawan and Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif)* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 68.

<sup>4</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus, *Kecamatan Gebog Dalam Angka 2023*, Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus (Kabupaten Kudus: BPS Kabupaten Kudus, 2023), 22.

<sup>5</sup> Hardani, Helmina Andriani, et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 1st ed. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), 362.

<sup>6</sup> Hardani, Andriani Helmina, et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, ed. Husnu Abadi, 1st ed. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), 368.

3. Responden merupakan nasabah bank syariah dan nasabah bank konvensional,

Karena ukuran populasi penelitian yang besar dan keterbatasan sumber daya (dana, tenaga, waktu), penelitian ini akan menggunakan sampel yang dapat mewakili populasi secara umum. Dalam menentukan sampel, rumus *Slovin* yang dipakai yaitu:<sup>7</sup>

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

**Dimana:**

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = error / Taraf kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (10% ↔ 0,1).

Berdasarkan hasil perhitungan sampel penelitian, diperoleh:

$$n = \frac{9641}{1 + (9641) \cdot (0.1)^2}$$

$$n = \frac{9641}{1 + 9641 \times 0,01}$$

$$n = \frac{9641}{1 + 96,41}$$

$$n = \frac{9641}{97,41}$$

$$n = 98,97 \Leftrightarrow \text{digenapkan menjadi } 100$$

Oleh karenanya, yang menjadi responden adalah masyarakat Desa Gribig dengan jumlah dibulatkan menjadi 100 orang responden dengan tingkat kesalahan sebesar 10%.

#### D. Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu:

##### 1. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang memiliki kemungkinan mempengaruhi variabel lain dalam penelitian, dikenal juga sebagai variabel bebas.<sup>8</sup> Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen: Religiusitas (X1), Persepsi (X2), dan *Corporate Reputation* (X3).

<sup>7</sup> Sigit Hermawan and Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif)* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 83.

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 59.

## 2. Variabel Dependen

Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen dan dijadikan fokus untuk mengevaluasi pengaruhnya. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syari'ah (Y).

## E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah langkah untuk menentukan pengukuran variabel penelitian berdasarkan karakteristik khusus yang terlihat dalam berbagai dimensi atau indikator.<sup>9</sup> Untuk menghindari kesalahpahaman tentang variabel dalam penelitian ini, penjelasan diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang maksud dan batasan. Adapun yang perlu dijelaskan adalah:

**Tabel 3. 2**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Referensi	Pengukuran
Religiusitas (X1)	Tingkat kesadaran beragama seseorang dan keyakinan seseorang terhadap keberadaan Tuhan yang ditunjukkan dengan penuh jiwa dan raga melalui pemenuhan perintah dan menjauhi larangannya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keyakinan</li> <li>2. Ritual (Praktek Agama)</li> <li>3. Pengalaman</li> <li>4. Pengetahuan Agama</li> <li>5. Konsekuensi</li> </ol>	Glock & Stark (1965) <sup>10</sup>	<i>Likert</i>

<sup>9</sup> Widodo, *Metodologi Penelitian: Populer Dan Praktis*, 3rd ed. (Depok: Rajawali Pers, 2019), 82.

<sup>10</sup> Redney Stark and Charles Y. Glock, *American Piety: The Nature of Religious Commitment* (Berkeley Los Angeles California: University of California Press, 1970), 14.

	dengan keikhlasan hati.			
Persepsi (X2)	Proses yang berlangsung dalam diri seseorang, yaitu dimana seseorang untuk mengetahui dan memaknai informasi yang diterimanya dengan menggunakan alat indera, kemudian seseorang memahami informasi yang diterima.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi dan minat terhadap Bank Syariah</li> <li>2. Persepsi tentang pertumbuhan Bank Syariah</li> <li>3. Persepsi tentang kecenderungan untuk menggunakan Perbankan syariah di masa depan</li> </ol>	Rakesh Belwal, Ahmed Al Maqbali (2018) <sup>11</sup>	<i>Likert</i>
Corporate Reputation (X3)	Gambaran menyeluruh tentang aktivitas suatu perusahaan di masa lampau dan kemungkinan masa depannya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nama baik</li> <li>2. Reputasi Pesaing</li> <li>3. Dikenal luas</li> <li>4. Kemudahan diingat</li> </ol>	Fred Selnes (1993) <sup>12</sup>	<i>Likert</i>

<sup>11</sup> Belwal and Al Maqbali, "A Study of Customers' Perception of Islamic Banking in Oman."

<sup>12</sup> Selnes, "Article Information :An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty."

	melalui kebijakan yang sudah diambil apabila perusahaan tersebut dibandingkan dengan pesaingnya.			
Keputusan Menggunakan (Y)	Sikap seorang pelanggan terhadap pembelian atau penggunaan dari suatu produk (barang atau jasa) diyakininya dapat memberikan kepuasan dirinya dan siap untuk mengambil resiko yang mungkin timbul di kemudian hari.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternative</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku pasca membeli</li> </ol>	Kotler dan Keller (2013) <sup>13</sup>	<i>Likert</i>

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

---

<sup>13</sup>Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Benyamin Molan, 12th ed. (Jakarta: Indeks, 2013), 184.

## 1. Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus diisi oleh responden<sup>14</sup>. Penggunaan kuesioner efektif ketika peneliti telah mengidentifikasi variabel yang diukur dan harapan dari responden. Dalam penelitian ini, kuesioner dikembangkan dengan pola pertanyaan dengan meminta respons dari responden, yang kemudian dijadikan jawaban untuk menggambarkan pengetahuan, pengalaman, dan karakter responden.

Kuesioner dalam penelitian ini berisi pertanyaan yang mengeksplorasi pengaruh religiusitas, persepsi, dan reputasi perusahaan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah. Dalam tahap pengumpulan data, kuesioner disebarluaskan baik secara *offline* melalui distribusi langsung di Desa Gribig maupun secara *online* melalui *google form*.

Pendapat responden dievaluasi menggunakan skala Likert, yang berguna untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap peristiwa atau fenomena sosial yang telah ditetapkan sebagai variabel penelitian oleh peneliti<sup>15</sup>.

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala berikut:

**Tabel 3. 3**  
**Skor Penilaian Skala Likert<sup>16</sup>**

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan informasi yang melibatkan penyimpanan data dalam bentuk catatan tertulis atau gambar terkait dengan subjek penelitian. Dokumen

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas, 2003), 199.

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 93.

<sup>16</sup> Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2008), 96.

merupakan fakta dan data tertulis yang terdiri dari berbagai jenis materi seperti surat, laporan, foto, dan artefak<sup>17</sup>.

## G. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas Instrumen

Menurut Ghozali, uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan suatu kuesioner. Validitas suatu pengukuran tercapai ketika pertanyaan kuesioner dapat mencerminkan isu yang ingin diukur. Validitas diukur dengan menghubungkan skor item kuesioner dengan total skor konstruk atau variabel yang bersangkutan. Selain itu, kriteria statistic berikut ditetapkan untuk menentukan validitas nilai setiap elemen pertanyaan:

- a) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ ), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ ), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

### 2. Uji Reabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan alat evaluasi angket yang menggambarkan suatu variabel atau konstruk. Kuesioner dianggap dapat diandalkan jika respons terhadap pernyataan konsisten dan dapat dipercaya dari waktu ke waktu. Reliabilitas diukur dengan menggunakan *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Sebuah kumpulan variabel dianggap reliabel jika memperoleh nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ <sup>18</sup>.

## H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik penting untuk memastikan kevalidan model regresi. Model regresi dianggap baik jika mematuhi asumsi-asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas<sup>19</sup>.

### 1. Uji Normalitas

Menurut Sarjono, tujuan uji normalitas adalah untuk menilai apakah distribusi masing-masing variabel berada pada distribusi normal atau tidak<sup>20</sup>. Teknik analisis grafis dan uji statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas. Uji statistik

---

<sup>17</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 3rd ed. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 54.

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbitan Undip Semarang, 2013), 52.

<sup>19</sup> Nur Achmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Medan: Febi Unsu Press, 2016), 93.

<sup>20</sup> Haryadi Sarjono and Winda Julianita, *SPSS VS LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 23.

menggunakan tes *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov*, di mana jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka variabel dianggap berdistribusi normal. Sarjono juga mencatat bahwa data yang tersebar secara diagonal atau mengikuti pola grafik histogram yang menyerupai distribusi normal dianggap baik dan sesuai digunakan dalam penelitian.

## 2. Uji Multikolineritas

Pengujian multikolineritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Salah satu metode umum yang digunakan untuk menilai tingkat multikolineritas adalah dengan menggunakan *variance inflation factor* (VIF). Nilai VIF yang tidak melebihi 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 diterima sebagai indikasi bahwa tidak terdapat multikolineritas yang signifikan dalam model<sup>21</sup>.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah terdapat perbedaan variasi antara residual dari satu observasi ke observasi lainnya. Jika variasi residual tetap dari satu observasi ke observasi lain, disebut homoskedastisitas; jika variasinya berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi dianggap baik jika tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Adanya pola tertentu dalam plot residual, seperti pola bergelombang, menyempit, atau melebar, dapat menunjukkan adanya heteroskedastisitas.<sup>22</sup>

# I. Teknik Analisis Data

## 1. Analisis Regresi Berganda

Karena terdapat beberapa variabel independen (X) yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y), maka analisis regresi yang sesuai adalah analisis regresi berganda<sup>23</sup>. Analisis regresi berganda digunakan untuk meramal hubungan antara dua variabel atau lebih serta mengukur pengaruh kuantitatif perubahan satu variabel terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen: Religiusitas (X1), Persepsi (X2), *Corporate Reputation* (X3), dan

---

<sup>21</sup> Muhammad Zuhirsyan and Nurlinda Nurlinda, "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 2 (2021): 114–30, <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>.

<sup>22</sup> Azuar Juliandi, Irfan, and Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep Dan Aplikasi* (Medan: Umsu Press, 2014), 161.

<sup>23</sup> Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian: Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*, 1st ed. (Jakarta, 2012), 66.

satu variabel dependen: Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y). Rumus umum untuk regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

**Dimana:**

Y = Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah

a = Konstanta intersepsi

b = Koefisien regresi

X1 = Variabel Religiusitas

X2 = Variabel Persepsi

X3 = Variabel *Corporate Reputation*

e = Standar error

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah indikator seberapa efektif model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Rentang nilai  $R^2$  adalah 0 hingga 1. Nilai  $R^2$  rendah menandakan keterbatasan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai mendekati 1 menunjukkan variabel independen memberikan informasi yang signifikan dalam memprediksi variabel dependen<sup>24</sup>.

## 3. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengevaluasi secara sebagian pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y, apakah signifikan atau tidak. Proses ini melibatkan perbandingan thitung dengan ttabel pada tingkat kepercayaan yang telah ditetapkan dalam penelitian. Terdapat kriteria pengujian uji t dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05\%$ , maka hipotesis H1, H2, dan H3 ditolak, yang menunjukkan bahwa setiap variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.
- 2) Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $> 0,05\%$ , maka hipotesis H1, H2, dan H3 diterima, menunjukkan bahwa setiap variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

## 4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk menilai pengaruh gabungan variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen

---

<sup>24</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbitan Undip Semarang, 2013), 97.

(Y). Nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menilai signifikansi pengaruh. Ketika nilai signifikansi (sig) kurang dari 0,05, dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Penentuan keputusan didasarkan pada kriteria tersebut:

- 1) Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima jika nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% dan nilai  $P$ -value kurang dari 0,05.
- 2) Hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak jika nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% dan nilai  $P$ -value lebih besar dari 0,05<sup>25</sup>.



---

<sup>25</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016), 169.