

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, Dalam penelitian ini yang akan diamati adalah pengaruh pengetahuan produk, kualitas pelayanan, dan bagi hasil terhadap minat menabung di KSPPS BMT Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Puri.<sup>1</sup>

Tujuan penelitian atau studi kasus atau lapangan adalah mempelajari secara insentif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.<sup>2</sup> Lokasi penelitian ini adalah BMT Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Puri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Toto Syatori dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2012, hlm.55.

<sup>2</sup> Saifudin Azwar, *Metode penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 8.

<sup>3</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Media Ilmu Press & Mibarda Publishing, Kudus, 2015, hlm. 7.

## B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi.<sup>4</sup> Data primer dari penelitian ini berasal dari kuesioner yang diisi oleh responden nasabah yang menggunakan simpanan akad mudharabah di KSPPS BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Puri yang meliputi identitas dan tanggapan responden.

### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan.<sup>5</sup> Data sekunder dalam penelitian ini di peroleh dari data tentang KSPPS BMT Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Puri yaitu mengenai gambaran umum tentang perusahaan dan jumlah nasabah pada produk simpanan akad mudharabah.

## C. Populasi dan Sampel

1. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>6</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 400 nasabah akad mudharabah di KSPPS BMT Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Puri. Karena keterbatasan waktu dan biaya peneliti tidak meneliti semua individu dalam penelitian ini, tetapi hanya sebagian saja yang diterapkan dapat menggambarkan seluruh populasi yang ada.
2. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin

---

<sup>4</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 29.

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm 30

<sup>6</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, CV Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 55.

mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dapat diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).<sup>7</sup>

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi<sup>8</sup> jenis teknik probability sampling yang digunakan yakni sampling purposive. Sample purposive atau dikenal juga dengan sampling pertimbangan yaitu teknik penentu sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya.<sup>9</sup> Menentukan ukuran sampel menurut ketentuan slovin. Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, slovin memasukan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam prosentase, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{400}{1 + 400 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 4}$$

$$n = \frac{400}{5}$$

$$n = 80$$

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 56

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 60

<sup>9</sup> *Ibid.*, hlm. 61

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. (dalam persen).<sup>10</sup>

Berdasarkan perhitungan tersebut sampel yang dapat diambil sebanyak 80 responden.

#### D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

##### 1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengetahuan produk, Kualitas pelayanan dan Bagi hasil.

##### 2. Variabel dependen

Variabel ini sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>11</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung di BMT Yaummi Mazi'ah Assa'adah

---

<sup>10</sup> Rosady Ruslan, *Op. cit*, hlm. 150.

<sup>11</sup> sugiyono, *Op.Cit*, hlm.3

### E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Definisi operasional adalah alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel.

Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

No.	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Pengetahuan produk.	Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengetahuan atribut produk</li> <li>- Pengetahuan manfaat produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Karakteristik produk</li> <li>b. Kualitas produk</li> <li>c. Keunggulan produk</li> <li>a. Manfaat fungsional</li> <li>b. Manfaat psikologis</li> <li>c. Manfaat sosial</li> </ul>	likert
2.	Kualitas pelayanan	kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tangible</i> (ketampakan fisik)</li> <li>- <i>Reliability</i> (reliabilitas)</li> <li>- <i>Responsiveness</i> (responsivitas)</li> <li>- <i>Competence</i> (kompeten)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Fasilitas operasional sesuai kebutuhan</li> <li>a. Adanya perbaikan jika terjadi kesalahan</li> <li>a. Peduli dengan keinginan anggota</li> <li>a. Karyawan melayani anggota</li> </ul>	likert

		atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Courtesy</i> (kesopanan)</li> <li>- <i>Credibility</i> (kredibilitas)</li> <li>- <i>Security</i> (keamanan)</li> <li>- <i>Acces</i> (akses)</li> <li>- <i>Communication</i> (komunikasi)</li> <li>- <i>understanding the customer</i> (pengertian)</li> </ul>	<p>dengan tanggap</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sikap karyawan yang ramah dan sopan</li> <li>a. Pelayanan tepat waktu</li> <li>a. Aman dalam bertransaksi</li> <li>a. Kemudahan dalam mengakses</li> <li>a. Kemudahan dalam komunikasi</li> <li>a. Mengerti keinginan anggota.</li> </ul>	
3.	Bagi hasil ( $X_3$ )	Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prosentase nisbah</li> <li>- Pembagian untung dan rugi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Adanya kesepakatan kedua belah pihak dalam presentase yang ditetapkan.</li> <li>a. Adanya kesepakatan pembagian untung dan rugi</li> </ul>	Likert

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jaminan</li> <li>- Besaran nisbah</li> <li>- Cara menyelesaikan kerugian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kerugian yang ditanggung <i>shahibil mal</i> dan <i>mudharib</i>.</li> <li>a. Angka hasil tawar-menawar <i>shahibil mal</i> dan <i>mudharib</i></li> <li>a. Keuntungan adalah pelindung modal</li> </ul>	
4.	Minat Menabung	Minat Menabung adalah keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk/jasa bank atau melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank dengan tujuan tertentu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minat transaksional.</li> <li>- Minat refrensial.</li> <li>- Minat eksploratif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ketertarikan melakukan transaksi</li> <li>a. Keinginan merekomendasikan ke orang lain</li> <li>a. Perhatian</li> <li>b. Ketertarikan</li> <li>c. Keinginan</li> <li>d. Tindakan</li> </ul>	likert

**F. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini kuesioner diantarkan langsung antara peneliti dengan responden, dengan begitu dapat menciptakan

suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini yang menjawab kuesioner adalah nasabah produk simpanan mudharabah.

Metode kuesioner di susun dengan skala likert. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif,<sup>13</sup> yang dapat berupa kata-kata diberikan skor sebagai berikut:

- |                        |                 |
|------------------------|-----------------|
| a. Sangat setuju       | 5               |
| b. Setuju              | 4               |
| c. Ragu-ragu           | 3               |
| d. Tidak setuju        | 2               |
| e. Sangat tidak setuju | 1 <sup>14</sup> |

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti.<sup>15</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang jumlah nasabah di KSPPS BMT Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Puri.

## 3. Metode Observasi

Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti meliputi pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu Yaummi Maziyah Assa'adah cabang puri. Dalam penelitian ini jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar. Dalam hal ini peneliti dalam melakukan

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta CV, Bandung, 2004, hlm 135.

<sup>13</sup> *Ibid*, hlm. 86

<sup>14</sup> *Ibid*, hlm. 87.

<sup>15</sup> Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi penelitian Kualitatif*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2009, hlm. 141.



pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi.

## **G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Untuk memperoleh informasi yang relevan dengan cukup tinggi kesahihannya, maka angket yang digunakan perlu diuji lebih dulu. Dalam penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, maka terlebih dahulu kuesioner dalam penelitian ini diuji dengan 35 responden yang dianggap peneliti tahu tentang instrumen tersebut. Hal ini dilakukan guna untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan peneliti valid dan reliabel sehingga apabila didapat ada hasil yang kurang baik, maka peneliti dapat memperbaiki atau mengganti pertanyaan kuesioner tersebut agar lebih mencerminkan indikatornya.

Uji Validitas Instrumen digunakan dalam penelitian ini mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kesahihan di sini mempunyai arti kuesioner atau angket yang digunakan mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut. Untuk menguji validitas intrumen dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan komputerisasi yaitu dengan emenggunakan program SPSS versi 19.

**Tabel 3.2**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Non-Responden**

Variabel/indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengaruh produk			
X1.1	0,350	0,334	Valid
X1.2	0,433	0,334	Valid
X1.3	0,382	0,334	Valid
X1.4	0,561	0,334	Valid
X1.5	0,441	0,334	Valid
X1.6	0,531	0,334	Valid
X1.7	0,350	0,334	Valid
Kualitas Pelayanan			
X2.1	0,399	0,334	Valid
X2.2	0,363	0,334	Valid
X2.3	0,583	0,334	Valid
X2.4	0,349	0,334	Valid
X2.5	0,380	0,334	Valid
X2.6	0,519	0,334	Valid
X2.7	0,340	0,334	Valid
X2.8	0,474	0,334	Valid
X2.9	0,395	0,334	Valid
X2.10	0,503	0,334	Valid
Bagi Hasil			
X3.1	0,434	0,334	Valid
X3.2	0,422	0,334	Valid
X3.3	0,466	0,334	Valid
X3.4	0,371	0,334	Valid
X3.5	0,469	0,334	Valid
Minat Menabung			
Y1	0,410	0,334	Valid
Y2	0,422	0,334	Valid
Y3	0,510	0,334	Valid
Y4	0,427	0,334	Valid
Y5	0,368	0,334	Valid
Y6	0,491	0,334	Valid

Sumber data: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 3.2 diatas diketahui bahwa nilai  $r$  hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki  $r$  hitung lebih besar dibandingkan  $r$  tabel (0,334) dan bernilai positif dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrument itu dikatakan *reliable*, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistic *Cronbach Alpha* > 0,60. Dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* diketemukan angka koefisien lebih kecil (< 0,60), maka dikatakan tidak reliabel.<sup>16</sup>

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas Non-Responden**

Variabel	Reliability Coefficiens	Cronbach's Alfa	Keterangan
Pengetahuan produk (X1)	7 Item	0,727	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	10 Item	0,767	Reliabel
Bagi Hasil (X3)	5 Item	0,663	Reliabel
Minat Menabung (Y)	6 Item	0,698	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.12 diatas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *croncach Alpha* lebih dari 0,6 (> 0,6), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk (X1), kualitas pelayanan (X2), bagi hasil (X3) dan minat menabung (Y) adalah reliabel.

<sup>16</sup> Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan Inferensial Berbasis Komputer*, Media Ilmu Press, Kudus, 2014, hlm. 139.

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi diketemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel orthogonal.

Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai  $R^2$ , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai tolerance dan lawannya, dan variance inflation factor (VIF).<sup>17</sup>

### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi.<sup>18</sup>

### 3. Uji Normalitas

Pada dasarnya tujuan uji normalitas data adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*).

Ada beberapa cara pada buku ini diberikan teknik pengujian normalitas data yaitu:

- a. Tes statistic berdasarkan nilai kurtosis dan skewness.<sup>19</sup>
- b. Tes statistic berdasarkan *test of normality* (*Shapiro-Wilk* dan *Kolmogorov Smirnov test*)<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 184.

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Program SPSS 19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, hlm, 110.

<sup>19</sup> Masrukhin, *Op.Cit*, hlm. 175.

#### 4. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.<sup>21</sup>

### I. Analisis Data

Analisis metode data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh pengetahuan produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menabung di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah, Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 1. Statistik deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu statistik hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.<sup>22</sup>

#### 2. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel *independen* mempunyai pengaruh variabel *dependen*. Dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

X1 : pengetahuan produk

X2 : kualitas pelayanan

X3 : bagi hasil

<sup>20</sup> *ibid*, hlm. 178.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hlm.139

<sup>22</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 21.

- Y : minat menabung  
a : Konstanta  
e : koefisien error

### 3. Menghitung Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir sama informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.<sup>23</sup>

### 4. Uji Statistik T (Parsial)

Digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh pengetahuan produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menabung di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah.

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.<sup>24</sup>

Analisis uji-t ini cara pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ , dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1.) Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang berarti pengetahuan produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil mempengaruhi minat menabung di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah.

<sup>23</sup> Imam Ghazali, *Op.Cit*, hlm. 97

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm. 98

2.) Nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$  yang berarti pengetahuan produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil tidak mempengaruhi minat menabung di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah.

#### 5. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengetahuan produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil mempengaruhi minat menabung di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah.

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.<sup>25</sup>

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1, H_2, H_3$  diterima.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1, H_2, H_3$  ditolak.
- 3) Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :
  - a) Taraf signifikansi = 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )
  - b) Derajat kebebasan (degree of freedom)  $df = n-k$
  - c) F tabel yang nilainya dari daftar tabel distribusi F.

---

<sup>25</sup> Imam Ghazali, *Loc. Cit*, hlm 98