

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Pada bab ini, akan dibahas tentang definisi operasional variabel penelitian, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, uji validitas dan reliabilitas, dan metode analisis data.

#### **3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

##### **3.1.1 Religiusitas Muslim**

Secara operasional, religiusitas Muslim merupakan tingkat komitmen personal dari konsumen Muslim di Indonesia terhadap ajaran agama Islam yang diukur melalui enam dimensi yaitu (1) sholat; (2) puasa; (3) membaca Al-Quran; (4) zakat; (5) mematuhi ajaran Islam; dan (6) menghindari dosa. Pada penelitian ini, keenam dimensi tersebut diukur menggunakan item pertanyaan yang ditunjukkan oleh Tabel 3.1.

Tabel 3.1.

Item Pengukuran Religiusitas Muslim		
No.	Dimensi	Item
1	Sholat	Saya secara teratur melaksanakan sholat lima waktu
2	Puasa	Saya secara teratur berpuasa di bulan Ramadhan
3	Membaca Al Quran	Saya secara teratur meluangkan waktu untuk membaca Al Quran
4	Zakat	Saya membayar zakat fitrah setiap tahun jika

No.	Dimensi	Item
		saya memenuhi kriteria yang ditentukan
5	Mematuhi Ajaran Islam	Saya berusaha untuk mematuhi ajaran agama Islam dalam segala aspek hidup saya
6	Menghindari Dosa	Saya selalu berusaha menghindari dosa kecil dan dosa besar

Sumber : Alam et al(2012)

### 3.1.2 Pengetahuan tentang Bank Syariah

Pengetahuan tentang bank syariah merupakan tingkat pemahaman konsumen Muslim Indonesia tentang informasi manfaat, layanan, dan produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Pengetahuan konsumen tentang bank syariah yang diukur pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yakni pengetahuan umum dan pengetahuan spesifik. Pengetahuan umum tentang bank syariah berupa pengetahuan tentang informasi umum dan manfaat menabung di bank syariah. Pengetahuan spesifik tentang bank syariah berupa pengetahuan tentang bermacam-macam produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Untuk mengukur variabel pengetahuan tentang bank syariah, penelitian ini memakai item pengukuran yang diadopsi dari penelitian Amin et al (2014) dan Obeid & Kaabachi (2016) seperti yang ditunjukkan oleh Tabel 3.2.

Tabel 3.2.

#### Item Pengukuran Pengetahuan tentang Bank Syariah

No.	Item
1	Secara umum saya telah mengetahui informasi tentang perbankan syariah
2	Secara umum saya telah mendapatkan informasi yang cukup tentang perbankan syariah.

No.	Item
3	Saya telah mengetahui manfaat menabung di bank syariah
4	Saya telah mengetahui produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah seperti :mudharabah, murabahah, musharaka, dan ijarah

Sumber : Amin et al (2014) dan Obeid & Kaabachi (2016)

### 3.1.3 Persepsi Nilai Kualitas Bank Syariah

Secara operasional, pada konteks penelitian ini persepsi nilai kualitas merupakan evaluasi konsumen Muslim Indonesia terhadap kualitas sistem, standar, dan kinerja bank syariah. Menurut Sánchez-Fernández & Iniesta-Bonillo (2007), terdapat 2 (dua) aliran pendekatan konsep persepsi nilai, yakni pendekatan uni-dimensional dan multi-dimensional. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan multidimensional dan menggunakan item pengukuran yang diadopsi dari penelitian Sweeney & Soutar (2001). Tabel 3.3. menunjukkan item pengukuran dari variabel persepsi nilai kualitas.

Tabel 3.3.

Item Pengukuran Persepsi Nilai : Kualitas Bank Syariah

No.	Item
1	Bank syariah memiliki kualitas yang konsisten
2	Bank syariah dirancang dengan baik
3	Bank syariah memiliki standar kualitas yang dapat didukung
4	Bank syariah memiliki kinerja yang baik
5	Bank syariah akan mampu bertahan lama
6	Bank syariah berkinerja secara konsisten

Sumber : Sweeney & Soutar (2001)

### 3.1.4 Sikap terhadap Bank Syariah

Sikap terhadap bank syariah secara operasional merupakan efek dari evaluasi rasa suka dan tidak suka konsumen Muslim Indonesia terhadap bank syariah. Sikap tersebut dapat berupa sikap positif dan negatif terhadap bank syariah., Penelitian ini menggunakan item pengukuran sikap terhadap bank syariah yang diadopsi dari penelitian Amin et al (2011). Item pengukuran tersebut adalah seperti yang ditunjukkan oleh Tabel 3.4.

Tabel 3.4.

Item Pengukuran Sikap terhadap Bank Syariah	
No.	Item
1	Menabung di bank syariah itu baik.
2	Menabung di bank syariah itu menguntungkan.
3	Menabung di bank syariah itu bermanfaat.
4	Menabung di bank syariah adalah pilihan yang tepat untuk dilakukan

Sumber : Amin et al (2011)

### 3.1.5 Niat Menggunakan Bank Syariah

Pada penelitian ini niat untuk menggunakan bank syariah secara operasional didefinisikan sebagai niat konsumen Muslim Indonesia untuk menabung di bank syariah. Niat konsumen untuk menggunakan perbankan syariah diukur berdasarkan ketertarikan konsumen untuk menggunakan bank syariah saat ini, saat yang akan datang, dan ketertarikan konsumen untuk mau merekomendasikan bank syariah kepada orang lain. Item pengukuran pada variabel ini diadopsi dari penelitian Ventakesh & Davis (2000) dan Amin et al

(2011). Item pengukuranniat menggunakan bank syariah selanjutnya ditunjukkan oleh Tabel 3.5.

Tabel 3.5.

Item Pengukuran Niat Menggunakan Bank Syariah

No.	Item
1	Saya tertarik menggunakan bank syariah
2	Saya tertarik untuk menggunakan bank syariah di masa depan
3	Saya tertarik untuk menggunakan bank syariah suatu hari nanti
4	Saya pasti akan merekomendasikan bank syariah kepada orang lain

Sumber : Ventakesh & Davis (2000) dan Amin et al (2011)

### 3.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif menggunakan data primer (*cross-section*) yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui dua media, yakni *online* dan *offline*. Kuesioner *online* dibuat menggunakan Microsoft Office Forms dan distribusikan kepada responden melalui berbagai macam media sosial. Kuesioner *offline* dibuat dalam bentuk *booklet* dan sebarkan ke berbagai tempat seperti kampus dan ruang publik di sekitar Yogyakarta. Pengukuran item yang digunakan dalam penelitian ini diambil dan diadopsi dari penelitian sebelumnya. Item diukur menggunakan skala Likert 5 poin dengan keterangan poin 1-sangat tidak setuju sampai dengan poin 5-sangat setuju.

### 3.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan pada metode ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan kriteria yang relevan dengan rancangan penelitian. Untuk memenuhi kriteria sebagai responden, seseorang harus memenuhi dua persyaratan yakni (1) responden harus beragama Islam. Hal ini dikarenakan penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai pengaruh dari tingkat religiusitas terhadap niat konsumen untuk menggunakan perbankan syariah (2) responden belum mempunyai akun bank syariah. Hal ini dikarenakan target yang ingin dicapai oleh penulis pada penelitian ini adalah tentang niat konsumen untuk menggunakan bank syariah.

Kemudian, dalam penelitian ini penulis menetapkan ukuran sampel berdasarkan tipe studi penelitian identifikasi masalah. Penelitian ini termasuk dalam klasifikasi penelitian identifikasi masalah karena penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengidentifikasi pengaruh antar variabel. Minimal sampel yang ditetapkan pada penelitian jenis tersebut sebanyak 500 sampel (Malholtra, 2000). Pengelompokan ukuran sampel yang digunakan pada studi penelitian pemasaran ditunjukkan seperti pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6.

Ukuran Sampel yang Digunakan pada Penelitian Pemasaran

<b>Tipe Studi</b>	<b>Ukuran Minimal</b>
Penelitian identifikasi masalah (contoh: potensi pasar)	500
Penelitian pemecahan masalah (contoh: pricing)	200

<b>Tipe Studi</b>	<b>Ukuran Minimal</b>
Tes produk	200
Tes-Studi Pemasaran	200
Iklan TV/Radio/Cetak (tiap iklan atau tes iklan)	200
Audit tes pasar	10 toko
Focus groups	6 kelompok

Sumber : Malholtra (2000)

### **3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Untuk memastikan bahwa item pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel, maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Terdapat dua macam uji validitas yang dilakukan, yakni: (1) uji validitas konvergen dan (2) uji validitas diskriminan.

Uji validitas konvergen dilakukan menggunakan teknik reduksi dimensi (analisis faktor) dengan alat analisis SPSS. Skor KMO Barlett dikatakan baik apabila diatas 0,70 (Kaiser, 1974). Data dikatakan valid ketika item menyatu pada faktor-faktor tertentu yang dikonfirmasi secara teoritis. Setiap item harus memiliki skor minimal sama atau di atas 0,50 (Hair, 2009). Item yang tidak konvergen akan menjadi faktor yang selanjutnya akan dihilangkan dari analisis. Untuk uji validitas diskriminan, data dapat dikatakan valid jika skor Average Variance Extracted (AVE) untuk semua variabel lebih besar dari 0,50 (Bagozzi dan Yi, 1988).

Selanjutnya, untuk uji reliabilitas, pengujian dapat dilakukan menggunakan dua cara, yakni menggunakan teknik analisis reliabilitas pada SPSS

dan analisis Composite Reliability (CR). Data dapat disebut reliabel jika skor Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 (Nunnally, 1978). Menurut analisis Composite Reliability, data dianggap baik apabila skor CR lebih besar dari 0,70 (Hair et al, 2009).

### 3.5 Metode Analisis Data

Structural Equation Model (SEM) merupakan metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini. SEM digunakan untuk menilai (1) model pengukuran (*measurement model*) dan (2) model struktural (*structural model*). Penelitian dari Nachtigall et al (2003) menyatakan bahwa SEM merupakan metode analisis data yang mewakili banyak teknik 'di bawah satu payung', maksudnya adalah SEM dinilai sangat fleksibel karena tidak hanya dapat menyelesaikan sistem regresi linier sederhana atau berganda, tetapi juga sistem persamaan regresi. Selain itu, Structural Equation Modeling (SEM) juga dipilih pada penelitian ini berdasarkan beberapa alasan, yakni SEM menawarkan pengujian simultan dari semua variabel dalam hipotesis model, karena melalui SEM dapat diperiksa (1) kesesuaian model penuh; (2) kompleksitas hipotesis model; (3) variabel yang tidak teramati (Gudono, 2014).

Pada model pengukuran (*measurement model*), semua item dalam penelitian diuji dengan melalui teknik reduksi dimensi (analisis faktor) menggunakan SPSS dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) menggunakan AMOS. Setelah itu, hasil dari kesesuaian model (*model fit*) dari CFA ditinjau dan disesuaikan dengan kriteria kesesuaian model (*goodness of fit*) dari *rule of thumb*. Apabila model telah sesuai, selanjutnya dapat dilanjutkan analisis terhadap



struktural modelnya. Kesesuaian model CFA dapat ditinjau berdasarkan kriteria yang dirangkum dalam *Rule of Thumbs* yang ditunjukkan oleh Tabel 3.7 berikut

Tabel 3.7.

<i>Rule of Thumbs</i>				
No	Kriteria	Ambang Batas	<i>Rule of Thumb</i>	Sumber
<b>Absolute Fit Indices</b>				
1	CMIN/DF	<2.00	Baik	Tabachnick and Fidell (2007)
		<5.00	Dapat didukung	Wheaton <i>et al</i> (1977)
2	GFI	>0.95*	Sangat baik	Miles and Shevlin (1998)
3	AGFI	>0.90	Baik	Hooper, Coughlan, and Moolen (2008)
4	RMSEA	<0.06	Baik	Hu and Bentler (1999)
		0.05-0.10	Cukup	MacCallum <i>et al</i> (1996)
		>0.10	Buruk	
<b>Incremental Fit Indices</b>				
1	NFI	>0.95	Sangat baik	Hu and Bentler (1999)
		>0.90	Baik	Bentler and Bonnet (1980)
2	CFI	>0.95	Sangat baik	Hu and Bentler (1999)
		>0.90	Baik	Hooper, Coughlan, and Moolen (2008)

*Note:*

*\*tergantung pada factor loading dan ukuran sampel. Semakin sedikit ukuran sampel maka nilai GFI seharusnya semakin besar.*

Sumber: semua kutipan diambil dari Hooper et al (2008)

Untuk model struktural (*structural model*) pada penelitian ini diukur menggunakan alat analisis AMOS. Pada model struktural, dilakukan pengujian kembali terkait kriteria kesesuaian model (*goodness of fit*) dan pengujian untuk masing-masing jalur hipotesis. Model dikatakan sesuai apabila memenuhi kriteria

*Rule of Thumbs* seperti yang ditunjukkan oleh tabel 3.7. Kemudian, hipotesis dikatakan signifikan apabila memiliki skor *p-value* < 0.05 atau *p-value* < 0.01.

