

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (Independen)

Yaitu variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Produk (X_1)

Variabel produk yang dimaksud adalah semua produk simpanan yang dimiliki KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Indikator-indikator dari variabel ini adalah kualitas, fitur, desain, keamanan, dan keunggulan produk.

b. Variabel Bagi Hasil (X_2)

Indikator-indikator dari variabel ini adalah penentuan besarnya bagi hasil berdasarkan jumlah yang diperoleh, jumlah bagi hasil yang meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan, dan resiko berdasarkan kemungkinan untung rugi ditanggung bersama oleh kedua pihak.

c. Variabel Lokasi (X_3)

Indikator-indikator dari variabel ini adalah berkaitan dengan alasan pemilihan tempat didirikannya bangunan, seperti halnya dekat dengan pusat keramaian, kemudahan akses, maupun tersedianya sarana dan prasarana.

d. Variabel Promosi (X_4)

Indikator-indikator dari variabel ini adalah media yang digunakan dalam melakukan promosi, daerah penyebaran, dan sifat dari penyampaian promosi itu sendiri.

2. Variabel Terikat (Dependen)

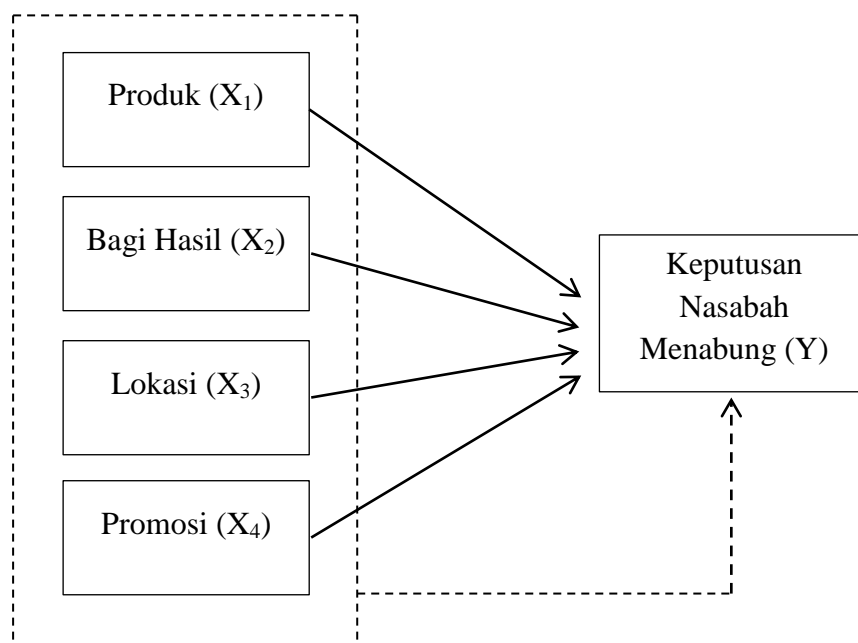
Yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah menabung (Y).

B. Kerangka Konseptual

Dalam menentukan sebuah pilihan haruslah berdasarkan minat dan keinginan dari dalam hati. Keputusan seseorang dalam memilih sesuatu khususnya jasa keuangan syariah, tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya yaitu keberagaman produk yang dimiliki oleh sebuah lembaga keuangan syariah yang memungkinkan masyarakat memiliki banyak pilihan. Selain itu harga atau bagi hasil yang nantinya akan diperoleh nasabah menjadi salah satu faktor dari keputusan nasabah untuk menabung. Tidak kalah

pentingnya yaitu faktor lokasi yang memudahkan nasabah untuk menemukan bangunan lembaga keuangan syariah dan promosi yang dilakukan dalam memasarkan hal-hal yang dimiliki oleh sebuah lembaga keuangan syariah.

Secara sederhana kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

—————> : Garis Uji Parsial

-----> : Garis Uji Simultan

C. Hipotesis

Berdasarkan teori-teori dan penelitian-penelitian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menabung.

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan. Produk yang ditawarkan dapat berupa barang, jasa, ide, tempat, maupun manfaat yang dapat memuaskan konsumen. Konsumen dalam memutuskan untuk transaksi akan mempertimbangkan produk yang ditawarkan. Produk berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan akan memberikan berbagai keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Artinya, semakin tinggi kualitas produk yang dimiliki maka keinginan masyarakat untuk menggunakan produk tersebut semakin meningkat, sebaliknya semakin rendah kualitas produk yang dimiliki maka keinginan masyarakat untuk menggunakan produk tersebut semakin menurun. (Tjiptono, 2008: 95)

H₁: Variabel produk (X₁) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta (Y).

2. Pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung.

Aktivitas lembaga keuangan syariah dalam menghimpun dana (funding) dari masyarakat luas agar mau menanamkan dananya adalah dengan cara memasang berbagai strategi. Strategi yang digunakan salah satunya yaitu dengan memberikan balas jasa berupa bagi hasil agar masyarakat terdorong untuk menyimpan uangnya. Dengan tingkat bagi hasil yang tinggi, akan memberikan dampak pada masyarakat untuk menyimpan uangnya pada lembaga keuangan syariah. Artinya, apabila bagi hasil yang diberikan tinggi, maka keinginan masyarakat untuk menabung semakin meningkat, sebaliknya apabila bagi hasil yang diberikan rendah, maka keinginan masyarakat untuk menabung semakin menurun. (Kasmir, 2005: 25)

H₂: Variabel bagi hasil (X₂) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta (Y).

3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah menabung.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chrisna Very Yudhiartha (2012), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Lokasi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam menarik konsumen. Kemudahan akses merupakan hal utama yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memutuskan untuk menabung. Keberadaan

lokasi yang strategis akan memberikan kemudahan bagi setiap nasabah, sehingga lokasi memberikan kontribusi positif terhadap keputusan nasabah menabung.

H₃: Variabel lokasi (X₃) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta (Y).

4. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menabung.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Isnaeni Nur Imam (2016), diperoleh kesimpulan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Menurut Sofjan Assauri (2010: 265) dalam mengkomunikasikan produk dan jasa yang akan ditawarkan, perusahaan harus bisa meyakinkan dan mengiklankan produk-produk dan jasa-jasanya agar nantinya bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi yang baik adalah promosi yang menggunakan segala unsur acuan pemasaran dalam mempengaruhi konsumen.

H₄: Variabel promosi (X₄) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta (Y)

5. Pengaruh produk, bagi hasil, lokasi, dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ayu et.al (2013) menyatakan bahwa produk, bagi hasil, lokasi, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung. Di antara variabel di atas yang berpengaruh dominan adalah variabel promosi.

H₅: Variabel produk (X₁), bagi hasil (X₂), lokasi (X₃), dan promosi (X₄) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta (Y).

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kausal asosiatif. Menurut Sugiyono (2013: 37) penelitian kausal asosiatif merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena penelitian ini mengacu pada data yang berupa angka-angka. Analisis yang digunakan yaitu statistik deksriptif. Menurut Sugiyono (2013: 147) analisis statistik deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang sifatnya menggambarkan kenyataan atau fakta sesuai dengan data yang diperoleh.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara memberikan kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diuji dalam penelitian, dan wawancara sebagai data pendukung.

b. Data Sekunder

Yaitu data primer yang telah diolah menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, dan sebagainya. Data sekunder juga diperoleh dari bacaan, literatur, catatan kuliah, dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan definisi di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah nasabah penyimpan dana (tabungan) pada KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta yang beralamat di Jalan Rejowinangun No. 28B Kotagede, Kota Yogyakarta.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2013: 81) sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Karakteristik khusus yang menjadi pertimbangan untuk pengambilan sampel adalah nasabah penyimpan dana berupa tabungan. (Sugiyono, 2013: 84)

Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan saran-saran yang dikemukakan oleh *Roscoe* dalam Sugiyono (2013: 91) yaitu:

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- 2) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3, maka jumlah anggota sampelnya yaitu $10 \times 3 = 30$ sampel.

Berdasarkan saran-saran di atas, maka dapat ditentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini

yaitu variabel penelitian sebanyak 5, maka jumlah sampel minimalnya yaitu $10 \times 5 = 50$. Pengambilan sampel dilakukan karena beberapa pertimbangan misalnya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, sehingga peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini jika ditinjau dari cara menjawabnya maka kuesioner ini termasuk kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih (Sugiyono, 2013: 142). Dalam pengisian jawaban, penulis memberikan skor tiap item jawaban dengan skala Likert yaitu menggunakan 5 angka penilaian: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Ragu-ragu (RG), 4. Setuju (S), 5. Sangat Setuju (SS). Kuesioner dibuat dengan petunjuk pengisian untuk menjelaskan dan memudahkan responden dalam pengisian jawaban.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal yang

lebih mendalam dari responden (Sugiyono, 2013: 137). Wawancara yang digunakan yaitu wawancara tidak terstruktur atau terbuka. Wawancara terbuka yaitu bebas di mana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan digunakan. Pertanyaan diajukan kepada kepala pimpinan marketing di KSPPS BMT BIF Yogyakarta kantor pusat dan beberapa orang nasabah. Pelaksanaan wawancara dilakukan pada jam kerja dengan mengadakan janji terlebih dahulu kepada responden terpilih.

c. Studi Pustaka

Yaitu mengumpulkan dan mempelajari informasi data-data yang diperoleh melalui buku, jurnal, dan situs internet yang menjadi referensi pendukung.

5. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$. Uji validitas

dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 23. (Sugiyono, 2004: 109)

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan ukuran kestabilan dan konsistensi dari konsep ukuran instrumen atau alat ukur, sehingga nilai yang diukur tidak berubah dalam nilai tertentu. Reliabilitas sebagai alat ukur dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana kebenaran alat ukur tersebut sesuai atau cocok digunakan sebagai alat ukur. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai *Alpha Cronbach*. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,6. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 23. (Sugiyono, 2004: 110)

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui semua variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diujikan pada masing-masing variabel. Pengujian normalitas menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$. (Ghozali, 2006: 160)

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas. Untuk melakukan uji multikolinieritas dalam model regresi penelitian ini akan dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan variabel bebas lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi dan menunjukkan multikolinieritas yang tinggi, karena $VIF = 1/tolerance$. Nilai yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas. (Ghozali, 2006: 103)

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual atau tidak dalam satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dan residual tetap maka disebut homoskedastisitas, sebaliknya jika varians dan residual berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan *Glejser* untuk mengetahui tidak adanya heteroskedastisitas ditunjukkan dengan tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *Absolut Residual*. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya $> 0,05$. (Ghozali, 2006: 143)

c. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013: 275) analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan menabung	a = konstanta	X ₃ = lokasi
e = variabel pengganggu	X ₁ = produk	X ₄ = promosi
b = koefisien regresi	X ₂ = bagi hasil	

2. Uji t (Parsial)

Uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) bertujuan untuk mengukur pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Taraf signifikansi yang penulis gunakan dalam uji t ini adalah pada tingkat 5% (0,05). Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya

apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. (Sugiyono, 2013: 270)

3. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Taraf signifikansi yang penulis gunakan dalam uji t ini adalah pada tingkat 5% (0,05). Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. (Sugiyono, 2013: 266)

4. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang hampir mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen, artinya semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Sugiyono, 2013: 260)