

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dimana proses penggalan informasi diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan terkait apa yang diketahui. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan deduktif induktif yang berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, ataupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya yang kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan yang diajukan untuk memperoleh pembenaran dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan.¹

Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yaitu metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan dengan perhitungan teknik sampel tertentu yang sesuai, pengumpulan data kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

¹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal 81

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal

2. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan ini bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan atau pengaruh diantara dua atau lebih variabel.³ Variabel yang terdapat dalam penelitian ini meliputi variabel independen (X1 dan X2) dan variabel dependen (Y). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran (X1), kualitas pelayanan (X2). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat menabung di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan dari obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya oleh peneliti. Populasi tidak hanya orang tetapi bisa berwujud benda-benda alami. Populasi meliputi seluruh karakteristik/sifat obyek atau subyek yang ada.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di BMT Peta Trenggalek sejumlah 1225 orang dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung yang berjumlah 5465 orang.

2. Sampling

Sampling adalah proses penyeleksian atau pengambilan sebagian elemen dari elemen kelompok yang lebih besar yakni sample dari sebuah populasi

³ Kris H. Timotius dan Putri Christian, *Pengantar Metodologi Penelitian : Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan, Ed 1*, (Yogyakarta : CV.ANDI OFFSET,2017), hal 16

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cet. 23*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 80

tersebut.⁵ Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap (unsur) anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik pengambilan sampling yang dipilih adalah teknik sampling secara *cluster*, teknik ini digunakan apabila keadaan populasi heterogen, yang mana heterogenitasnya merata dan membentuk kelompok-kelompok (*cluster*). Dimana antar kelompok homogen dan didalam setiap kelompok heterogen, dan karakteristik masing-masing kelompok dapat menggambarkan keadaan populasi. Maka pengambilan sampel cukup dilakukan terhadap kelompok, dan sudah menjamin sifat representatif.

Setiap kelompok (*cluster*) terdiri dari beberapa *elements* dan banyaknya kelompok yang diambil sebagai sampel sangat ditentukan dan tergantung dari fisibilitas pelaksanaan penelitian.⁶ Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini, akan menggunakan rumus perhitungan Slovin:

Rumus slovin:

Keterangan :

n = sampel

N = jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan yang ingin diambil sebesar 10%

⁵ Masyuri & Zainuddin, *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2011), hal. 67

⁶ Solimun, Armanu, dan Adi Achmad, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Prespektif Sistem*, (Malang:Tim UB Press,2018), hal 143

Populasi dalam penelitian ini (N) adalah 1225 orang, dan diketahui untuk tahun terakhir peningkatan sebesar 397 untuk BMT Peta Trenggalek sedangkan untuk BMT Istiqomah total nasabah satu tahun terakhir yaitu 85 orang dan persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel (e) adalah 10% atau 0.10, sehingga diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

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

- BMT Peta Trenggalek

$$n = 397/1+3,97 = 397/4,97 = 79,87$$

artinya jumlah sample yang diteliti ada 80 orang untuk BMT Peta Trenggalek

- BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

$$n = 85/1+0,85 = 85/1,85 = 45,945$$

artinya jumlah sample yang diteliti ada 46 orang untuk BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari

populasi yang ada.⁷ Tahapan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

a. Menentukan target populasi

Suatu keputusan yang diambil pertama dalam pemilihan sampel adalah menentukan target populasi yaitu kelompok atau golongan yang relevan terhadap penelitian yang dilakukan, dalam proses pengambilan sampel sangat penting untuk menentukan target populasi agar sumber data yang akan dikumpulkan dapat ditemukan.

b. Menentukan kerangka sampel

Kerangka sampel adalah daftar elemen dari setiap unit pemilihan sampel.⁸ Kerangka sampel yang dimaksudkan berupa data.

Cara melakukan pengambilan sampel secara cluster dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- 1) Apabila semua unit dalam cluster terpilih dijadikan sebagai sampel. Pengambilan sampel seperti ini disebut dengan cluster satu tahap.
- 2) Hanya sebagian dari unit-unit dalam cluster terpilih yang dijadikan sebagai sampel, artinya pengambilan sampel dilakukan lagi dari setiap cluster terpilih. Pengambilan sampel seperti ini disebut sampling cluster bertahap.⁹

⁷ *Ibid*, hal 120

⁸ Ratlan Pardede dan Renhard Manurung, *Analisis Jalur Path Analysis Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*, hal 9-10

⁹ Abuzar Asra dan Achmad Prasetyo, *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015), hal 167

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber Data

Menurut Sofyan, data adalah sumber mentah yang perlu diolah untuk menghasilkan informasi atau keterangan yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Data bisa berupa kumpulan fakta, angka, atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya, untuk bisa digunakan dalam menarik kesimpulan.¹⁰

Data berdasarkan sumbernya dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara. Data primer secara khusus dikumpulkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.¹¹ Sedangkan data sekunder adalah data yang tertulis yang tidak didapat langsung dari sumber pertama.¹² Adapun data utama dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh

¹⁰ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hal. 37

¹¹ Misbahuddin dan Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal. 21-22

¹² Wiratna Sujarweni & Poly Edrayanto, *Statistika untuk Penelitian, Ed. 1, Cet. 1*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 21

peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.¹³ Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang bisa mempengaruhi atau variabel yang tidak bisa terpengaruh oleh variabel lain. Sedangkan variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang bisa dipengaruhi atau variabel yang bisa berubah nilainya sesuai dengan perubahan variabel yang lain.¹⁴ Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Variabel dependen (Y) adalah Minat Menabung
- b. Variabel independen (X1) adalah Bauan Pemasaran
- c. Variabel independen (X2) adalah Kualitas Pelayanan

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.¹⁵ Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala penelitian linkert.

Skala linkert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam

¹³ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Ed Ke-2, Cet.2,.....*hal 64

¹⁴ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 13

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cet. 23,.....*, hal 92

penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.¹⁶ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala linkert dengan ukuran:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Pendapat	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian adalah pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen populasi penelitian dan dapat dilakukan dengan cara-cara tertentu.¹⁷ Untuk mengumpulkan data mengenai hubungan antara modal usaha, pengalaman usaha, jam kerja, dan kompetensi wirausaha terhadap pendapatan pedagang, maka teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi langsung.

a. Kuesioner

¹⁶ *Ibid*, hal 93

¹⁷ Misbahuddin dan Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi 2,.....*, hal 27

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan berupa angket atau daftar isian kepada populasi atau sampel penelitian (responden).¹⁸

b. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan menggunakan penelitian secara langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian, sehingga akan mendapatkan gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah seperangkat bantuan yang bermanfaat bagi peneliti untuk mengumpulkan data data penelitian sesuai dengan teknik pengumpulan data yang telah dipilih.¹⁹ Instrumen penelitian ini berupa angket yang terdiri dari lima variabel yaitu modal usaha, lama usaha, jam kerja, kompetensi wirausaha dan pendapatan. Pembuatan angket didahului dengan penentuan kisi-kisi angket. Kisi-kisi angket disusun berdasarkan indikator untuk masing-masing variabel penelitian.

E. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan agar penelitian sesuai dengan tujuan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

¹⁸ *Ibid*,...,hal 27

¹⁹ Vigih Hery Kristanto, *Metodologi Penelitian: Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018) , hal. 66

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengukur apakah kuesioner yang dilakukan peneliti sudah sah (valid) atau belum. Kuesioner dikatakan valid apabila kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuesioner tersebut. uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Perhitungan dari uji validitas adalah dilihat dari perbandingan r table dengan r hitung.

$r \text{ tabel} < r \text{ hitung} = \text{valid}$ ²⁰

b. Uji Reabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengukur kuesioner dari indikator variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal bila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten.²¹ Suatu jawaban dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.²²

2. Uji Normalitas

Uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik.²³

²⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,(Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015), hal 108

²¹ Danang Sunyoto, *Uji Khi Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 83-84

²² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, hal. 169

²³ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*,....., hal 153

Untuk mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang dipadukan dengan kurva *Norma Q-Q Plots*. Ketentuan pengujian ini adalah: jika probabilitas atau *Asymp Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant (α)* maka data berdistribusi normal. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Santoso dalam Sujianto, jika nilai *Sig* > 0,05 maka data berdistribusi normal.²⁴

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji ini berguna untuk menguji apakah terdapat kemiripan antara variabel independen dengan variabel independen dalam suatu model. Selain itu, uji ini juga berguna untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan tentang pengaruh pada uji parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan antara 1-10, maka tidak terjadi multikolinearitas.²⁵

b. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah adanya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lainnya. Cara menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola

²⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya, 2009), hal 78

²⁵ Wiratna Sujarweni & Florent (ed.), *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hal. 185

gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:²⁶

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak hanya mengumpul diatas atau dibawah saja.
- 3) Tidak boleh membentuk pola bergelombang dari penyebaran titik titik tersebut kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Titik-titik data menyebar secara tidak berpola

c. Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi adalah untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada suatu variabel tertentu dengan variabel sebelumnya.²⁷ Cara mendeteksi ada tidaknya Autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai Durbin Watson:²⁸

- 1) Angka D-W dibawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak terjadi autokorelasi.
- 3) Angka D-W diatas -2 berarti terjadi autokorelasi negatif.

²⁶ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis ...*, hal. 187

²⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis,....*, hal. 159

²⁸ Ali Maulidi & Elok Fitriani (eds.), *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hal. 211

4. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh atau hubungan lebih dari dua variabel.²⁹ Rumus yang dipakai harus disesuaikan dengan jumlah variabel yang diteliti.³⁰

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + E$$

Dimana: Y = Pendapatan; a = konstanta; b₁, b₂, b₃, b₄ = Koefisien korelasi ganda; X₁ = Modal Usaha ; X₂ = Lama Usaha; E = *Error term* (variable pengganggu) atau residual.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).³¹ Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel modal usaha(X1), dan pengalaman usaha (X2) terhadap pendapatan pedagang (Y) signifikan atau tidak. Pengujian t test menggunakan uji dua sisi dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika t hitung > t tabel atau -t hitung < -t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

²⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), hal. 182

³⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal. 58

³¹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis ...*, hal. 161

2) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.³²

Atau bisa menggunakan dengan menggunakan perbandingan nilai signifikansi t dengan tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%).

1) Jika $\text{Sig.} < 0,05$, berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat signifikan.

2) Jika $\text{Sig.} > 0,05$, maka berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak signifikan.³³

b. Uji F atau Uji Signifikansi Persamaan

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y).³⁴ F-Test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama sama antara modal usaha, lama usaha, jam kerja, dan kompetensi wirausaha terhadap pendapatan pedagang. Hasil analisis dapat dilihat sebagai berikut:³⁵

1) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan

2) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan

³² *Ibid*, hal. 179

³³ Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 124

³⁴ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis ...*, hal. 162

³⁵ Imam Machali, *Statistik itu Mudah: Menggunakan SPSS sebagai Alat Bantu Statistik*, (Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata, 2015), hal. 60

Atau bisa menggunakan dengan membandingkan nilai signifikansi F dengan tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%).

- 1) Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.³⁶

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan variabel bebas (X).³⁷ Koefisien determinasi menunjukkan proporsi keragaman pada variabel bergantung yang mampu dijelaskan oleh variabel penduganya. Nilai dari R^2 berkisar antara 0-1. Dengan kaidah bahwa:

- a. Nilai R^2 semakin dekat dengan angka 1, maka pengaruh variabel penduga terhadap variabel bergantung semakin kuat.
- b. Nilai R^2 mendekati angka 0, maka menunjukkan pengaruh yang semakin lemah.³⁸

F. Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Secara konseptual yaitu penegasan konsep-konsep pokok yang digunakan peneliti yang disesuaikan dengan teori-teori yang sudah ada.³⁹ Sedangkan secara operasional, yaitu penjelasan konsep-konsep yang sudah ada menjadi sebuah

³⁶ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis...*, hal. 240

³⁷ *Ibid*, hal. 240

³⁸ Nawari & Teguh Wahyono (ed.), *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*(Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010), hal. 29

³⁹ Umar Suryadi Bakry, *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hal. 24.

konsep yang bersifat abstrak dengan menggunakan kata-kata deksriptif yang lebih jelas dan menyeluruh.⁴⁰ Berikut definisi konsep dan operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel bauran pemasaran (X_2), secara konseptual meliputi (a) *product*, (b) *Price*, (c) *Place*, (d) promosi, Sedangkan secara operasional sebagai berikut:

X2.1 Product

X_{2.1.1} produk yang diberikan BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung sudah terpercaya di kalangan masyarakat

X_{2.1.1} tabungan di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung sudah sesuai dengan syariah

X_{2.1.3} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung memiliki sistem yang strategis dalam pengembangan produk

X2.2 Price (Harga)

X_{2.2.1} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung memiliki bagi hasil yang saling menguntungkan

X_{2.2.2} produk tabungan berjangka panjang di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung beragam

X_{2.2.3} kesesuaian hasil yang didapat dari BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

X2.3 place (tempat)

⁴⁰ *Ibid.*,

X_{2.3.1} lokasi strategis ditengah pemukiman masyarakat dari kedua BMT tersebut

X_{2.3.2} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dekat dengan tempat umum (pasar)

X_{2.3.3} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung mudah dijangkau karena dekat jalan raya

X2.4 promosi (marketing)

X_{2.3.3} pemberian reward untuk nasabah setia BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

X_{2.3.3} menciptakan citra baik pada masyarakat dengan memberi bantuan, seminar, dll.

X_{2.3.3} karyawan BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung secara pribadi memberikan pelayanan terbaik sebagai bentuk personal selling

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1), secara konseptual meliputi (a) Keandalan, (b) Ketanggapan, (c) Jaminan Kepastian, (d) Empati, dan (e) Bukti fisik. Sedangkan operasionalnya sebagai berikut:

X1.1 Keandalan (Reabilitas)

X_{1.1.1} Karyawan di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung yang cepat tanggap dalam menangani persoalan

X_{1.1.2} Karyawan di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung selalu memberikan informasi yang akurat

X_{1.1.3} Karyawan di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung memiliki sarana teknologi yang canggih dan dapat bersaing

X1.2 Ketanggapan (Responsiveness)

X_{1.2.1} Karyawan yang berada di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dapat memberikan perhatian secara optimal

X_{1.2.2} Karyawan yang berada di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung ikut serta dalam mengatasi masalah sekaligus memberikan solusi kepada nasabah pada saat transaksi

X_{1.2.3} Karyawan yang berada di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dapat membantu kelancaran dalam transaksi

X1.3 Jaminan (Asurance)

X_{1.3.1} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dapat memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi

X_{1.3.2} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dapat menjaga uang dalam transaksi

X_{1.3.3} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dapat memberikan jaminan kehalalan dalam transaksi

X1.4 Perhatian (Empati)

X_{1.4.1} Karyawan di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung mudah diajak komunikasi dalam bertransaksi

X_{1.4.2} Karyawan di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo,
Tulungagung mudah memahami kebutuhan nasabah

X_{1.4.1} Karyawan di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo,
Tulungagung tidak membeda bedakan dalam memberikan pelayanan
terhadap nasabah

X1.5 Bukti Fisik (Tangibles)

X_{1.5.1} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo,
Tulungagung memiliki lahan parkir yang luas

X_{1.5.2} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo,
Tulungagung sangat rapi dan bersih

X_{1.5.3} BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo,
Tulungagung memiliki ruang tunggu yang memadai

3. Variabel minat menabung (Y) secara konsep meliputi (a) perhatian, (b) ketertarikan, (c) keinginan, dan (d) keyakinan. Sedangkan secara operasional meliputi sebagai berikut:

Y1.1 perhatian

Y_{1.1.1} muncul kesadaran menabung, dan investasi masa depan

Y_{1.1.2} saya merasa produk tabungan BMT Peta Trenggalek dan BMT
Istiqomah Karangrejo, Tulungagung memiliki manfaat yang positif
terhadap saya

Y1.2 ketertarikan

Y_{1.2.1} tertarik pada produk tabungan BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

Y_{1.2.2} tertarik pada pelayanan yang diberikan BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

Y1.3 keinginan

Y_{1.3.1} keinginan memiliki tabungan BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

Y_{1.2.2} keinginan mempersiapkan masa depan dengan aman di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

Y1.4 keyakinan

Y_{1.4.1} saya merasa sudah yakin dalam memilih tabungan di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

Y_{1.4.2} produk tabungan BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung memiliki nilai guna yang lebih tinggi, aman, dan terpercaya.