

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu sedangkan teknik dalam pengumpulan data kuantitatif menggunakan instrumen serta analisis datanya bersifat statistik dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Metode ini disebut metode kuantitatif disebabkan karena data penelitiannya berupa angka dengan analisis yang bersifat statistik.¹ Dalam hal ini peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif berdasarkan data dan fakta yang ada di lapangan.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih variabel.² Dalam jenis penelitian asosiatif terdapat tiga hubungan, tiga hubungan tersebut diantaranya yaitu, hubungan simetris, hubungan

¹ Basilus, *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015), hal.

² Agung, *Metodologi Penelitian Bisini*, (Malang: UB Press, 2012), hal. 80

kausal, dan hubungan interaktif.³ Dimana dalam penelitian ini menggunakan hubungan kausal, hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Sehingga dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).

Dalam jenis penelitian asosiatif, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti (bahan penelitian).⁴ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek ataupun objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung sebanyak 7.055.⁶

³ Muslich, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: AUP, 2009), hal. 21

⁴ Santy dkk, *Statistika*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2017), hal. 19

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), hal. 72

⁶ Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, *IAIN Tulungagung Dalam Angka 2021*, (Tulungagung: BPS Tulungagung, 2021)

2. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik yang digunakan dalam pengambilan suatu sampel.⁷ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *non-probability sampling*. *Non probability sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel tidak memberikan kesempatan yang sama pada masing-masing individu dalam populasi.⁸ Alasan peneliti menggunakan *non probability sampling* dikarenakan peneliti tidak memiliki daftar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang menabung di bank syariah. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu dalam pengambilan sampel anggota populasi, penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu agar sampel yang dijadikan penelitian benar dan representative.⁹ Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut:

- a Merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- b. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester 1,3,5,7

⁷ Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012), hal. 38

⁸ Basilus, *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015), hal. 106

⁹ *Ibid*, hal. 107

Sementara untuk jumlah anggota sampel menurut Roscoe dalam Sugiyono, untuk penelitian dengan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya) jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini jumlah variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka perhitungan ini jumlah anggota sampel adalah $5 \times 10 = 50$. Jadi, sampel minimal dalam penelitian ini adalah 50 responden. Namun atas dasar pertimbangan peneliti agar sampel yang digunakan lebih representatif maka peneliti menetapkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 responden.

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap dianggap dapat mewakili populasi.¹⁰ Jadi sampel merupakan suatu data yang diambil dari sebagian suatu populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang dirasa mampu mewakili populasi tersebut.

Dan apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada didalam populasi tersebut karena beberapa alasan seperti waktu dan biaya yang terbatas, maka peneliti

¹⁰ Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012), hal. 33

dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.¹¹ Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan (*representative*) sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian. Berdasarkan sampling yang telah dilakukan peneliti sebagaimana di atas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak yang telah ditentukan dalam sampling (responden) sebanyak 200 orang dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagaimana di atas.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber data

Sumber data merupakan subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh.¹² Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun yang dimaksud data primer dan data sekunder yaitu, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti yang didapat dari sumbernya secara langsung.¹³ Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari objek penelitian

¹¹ Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012), hal. 32

¹² Basilus, *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Calpilus, 2015), hal. 109

¹³ Agung, *Metodologi Penelitian.....*, hal. 60

yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung melalui pemberian daftar pertanyaan atau kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah suatu data yang diperoleh dari kumpulan data-data orang lain yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti table, gambar, diagram grafik, dokumen, dan lain sebagainya.¹⁴ Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti melalui buku, jurnal, dan literarture lain yang dapat mendukung penelitian ini.

2 Variable Penelitian

Variable penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari objek atau responden yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.¹⁵ Dalam penelitian ini terdapat dua variable penelitian yaitu variable dependen (terikat) dan variable independen (bebas). Adapaun yang dimaksud variabel dependen dan variable independen dalam penelitan ini yaitu, sebagai berikut:

a. Variabel Independen / bebas(X)

Variabel independen / bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya variabel dependen (variabel terikat).¹⁶ Dalam penelitian ini terdapat tiga

¹⁴ *Ibid.....*,hal. 60

¹⁵ Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*,(Malang: UB Press, 2012), hal. 18

¹⁶ Basilus, *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*,(Yogyakarta: Calpulis, 2015), hal. 85

variabel independen, diantaranya yaitu pengetahuan (X1), promosi (X2), reputasi (X3), dan religiusitas (X4).

b. Variabel dependen / terikat (Y)

Variabel dependen / terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel yang mempengaruhi (variabel bebas).¹⁷ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen / terikat adalah minat mahasiswa menabung di bank syariah.

3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah prosedur yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga apabila alat ukur tersebut digunakan dapat menghasilkan data kuantitatif.¹⁸ Jenis-jenis skala pengukuran berdasarkan sifatnya dibedakan menjadi empat, yaitu skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio. Berdasarkan fenomena sosialnya skala pengukuran juga dapat dibedakan menjadi dua, yaitu skala pengukuran untuk mengukur perilaku sosial serta kepribadiannya, dan skala pengukuran untuk mengukur berbagai aspek budaya dan lingkungan sosial.¹⁹ Sedangkan berdasarkan penggunaannya skala pengukuran dapat dibedakan menjadi empat,

¹⁷ *Ibid.*....., hal. 86

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), hal. 842

¹⁹ Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012), hal. 44

diantaranya yaitu skala likert, skala guttman, semantic derential, dan rating scala.²⁰

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala pengukuran linkert. Skala linkert merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukkur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang dengan cara memberikan suatu pertanyaan yang kemudian seseorang atau kelompok orang tersebut diminta untuk memberikan suatu jawaban seperti *sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju*.²¹ Dengan dari setiap jawaban akan diberi skor 1 sampai 5.

Tabel 3.1

Pengukuran Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

²⁰ Basilus, *Peneleitian Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015), hal. 132

²¹ Agung, *Metodologi Penelitian.....*,hal. 45

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan suatu data dapat dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Apabila dilihat dari settingnya, maka data dapat disimpulkan pada setting ilmiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen, dirumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, dijalan dan lain sebagainya. Serta apabila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Kemudian apabila dilihat dari segi cara atau terkait pengumpulan datanya, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.²² Sedangkan teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan cara sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk kemudian di jawab oleh responden.²³ Teknik pengumpulan data dengan cara kuesioner merupakan teknik pengumpulan

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), hal. 129

²³ *Ibid.....*, hal.135

data yang dianggap efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang dapat diharapkan dari responden.²⁴

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuesioner untuk mendapatkan suatu data dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dengan mengajukan suatu pertanyaan atau pernyataan kepada responden sebanyak 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Pertanyaan atau pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden merupakan pertanyaan atau pernyataan yang berupa tulisan, dan responden diminta untuk menjawabnya.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap subjek dan objek penelitian secara seksama dan sistematis. Observasi dibedakan menjadi dua, yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan.²⁵

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam metodologi penelitian sosial.²⁶ Dokumentasi dari penelitian ini diperoleh dari barang-barang yang tertulis. Peneliti melakukan

²⁴ *Ibid*.....,hal. 135

²⁵ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*,(Yogyakarta: UII, 2005), hal. 137

²⁶ *Ibid*...hal. 127

pengumpulan data dari buku-buku, jurnal, maupun skripsi tentang gambaran umum dari variabel-variabel yang dipakai dan objek penelitian.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena alam maupun fenomena sosial yang diamati, yang secara spesifik semua fenomena tersebut disebut dengan variabel penelitian.²⁷ Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel penelitian yang diteliti. Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.²⁸ Untuk menentukan suatu instrumen penelitian, maka peneliti harus mampu membuat instrumen yang akan digunakan untuk penelitian, hal tersebut disebabkan karena walaupun instrumen dalam penelitian sudah ada akan tetapi sulit untuk dicari serta ditemukan, dan tidak tahu apakah bisa dibeli atau tidak. Titik tolak dari penyusunan instrumen adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti, dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan,

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), hal. 97

²⁸ *Ibid.*....., hal. 98

dan untuk memudahkan penyusunan instrumen maka perlu digunakan matrik pengembang instrumen atau kisi-kisi instrumen.²⁹

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Definis Operasional	Indikator	Pertanyaan
Pengetahuan (X1)	Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh semua konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. ³⁰	Pengetahuan Produk	Saya mengetahui produk-produk Bank Syariah Indonesia
			Saya mengetahui apa saja manfaat dari produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia
		Pengetahuan Pembelian	Saya merasa puas dengan produk-produk Bank Syariah Indonesia
			Saya mengetahui kapan saja waktu yang tepat dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia
		Pengetahuan Pemakaian	saya mengetahui prosedur untuk transaksi di Bank Syariah Indonesia

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 98

³⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal. 147

			Saya memahami prosedur transaksi melalui promosi dan pemberian brosur dari pihak Bank Syariah Indonesia
Promosi (X2)	Promosi adalah segala aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk perusahaan kepada konsumen dan membujuk konsumen untuk membeli produk perusahaan. ³¹	Periklanan	Iklan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia di media sosial sangat berkesan dihati nasabah Iklan dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk menjemput nasabahnya
		Promosi Penjualan	Saya mengetahui adanya Bank Syariah Indonesia melalui iklan Saya ingin menabung di Bank Syariah Indonesia karena uang yang akan saya simpan terjamin keamanannya
		Publisitas	Saya tertarik menabung di Bank Syariah Indonesia karena adanya promosi yang

³¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (Pearson Education Limited, Eangland: 2012), hal. 47

			dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia
			Saya tertarik menabung di Bank Syariah Indonesia karena penjelasan marketingnya
		Penjualan Pribadi	Saya ingin menabung agar mendapat kesan baik dari orang lain
			Saya ingin menabung di Bank Syariah Indonesia karena customer servis menyampaikan iklan dengan menarik
Reputasi (X3)	Reputasi adalah sebagai gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang dimiliki perusahaan di masa yang akan datang melalui segala kebijakan yang diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya. ³²	Nama Baik	Bank Syariah Indonesia memiliki nama yang baik dimata para nasabah
			Saya yakin dan percaya Bank Syariah Indonesia selalu menjaga nama baiknya
		Reputasi Pesaing	Saya yakin Bank Syariah Indonesia bersaing dengan tetap menjaga reputasi baik pesaingnya

³² Chicmiatur Rosidah, "The Influence of Corporate Reputation and Trust To Consumer Loyalty of ATM User After Cybercrime Issues (Study at BCA Consumers in Surabaya)", *Jurnal Business and Economics*, 21 Mei 2011

			Saya yakin Bank Syariah Indonesia dapat bersaing secara sportif terhadap pesaingnya
		Dikenal Luas	Saya yakin Bank Syariah Indonesia dikenal oleh masyarakat umum
			Saya yakin Bank Syariah Indonesia memiliki program-program unggulan yang sudah dikenal baik oleh masyarakat luas/ umum
		Kemudian Diingat	Apabila mendengar kata Bank Syariah saya akan mengingat Bank Syariah Indonesia
			Apabila mendengar kata Bank Syariah saya akan mengingat reputasi Bank Syariah Indonesia
Religiusitas (X4)	Religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-	Keyakinan	Saya yakin Bank Syariah Indonesia menerapkan prinsip Islam dalam setiap kegiatannya
			Saya yakin Bank Syariah Indonesia merupakan

	nilai agama yakni dengan mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah. ³³		bank yang sistemnya sesuai ajaran agama Islam
		Praktik Agama	Menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia merupakan bentuk ketaatan saya terhadap agama Islam
			Menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia merupakan bentuk muamalah yang sesuai dengan agama Islam
		Pengalaman	Bank Syariah Indonesia menggunakan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya
			Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena pengalaman orang-orang sekitar
		Pengetahuan Agama	Saya percaya bahwa menabung di Bank Syariah Indonesia karena tidak ada unsur riba karena riba dilarang dalam agama Islam

³³ Desy Fatmawati, *Pengaruh Pendapat, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hal. 27-29

			Saya percaya jika melakukan riba akan disiksa di dunia dan akhirat
		Konsekuensi	Saya percaya bahwa Bank Syariah Indonesia berlandaskan Al-Quran dan Hadist
			Saya menerapkan ajaran Islam sesuai dengan perintah Allah dengan menggunakan Bank Syariah Indonesia
Minat (Y)	Minat merupakan kesukaan atau kecenderungan hati kepada sesuatu. Minat juga biasa diartikan sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri.	Dorongan dari dalam diri Individu	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia untuk mempersiapkan hari tua
			Saya menabung di Bank Syariah Indonesia untuk jaga-jaga apabila ada kebutuhan yang mendesak
		Faktor Sosial	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena mendapat kiriman uang dari orang tua atau beasiswa

	Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat yang dimiliki. ³⁴		Saya mencari informasi mengenai Bank Syariah Indonesia kepada orang-orang sekitar
		Faktor Emosional	Saya gemar menabung sejak kecil
			Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena ada saudara yang bekerja di Bank Syariah Indonesia

E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan suatu data kedalam pola kategori dan satuan uraian dasar untuk menjawab suatu rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang sudah ada sebelumnya.³⁵ Dalam hal ini, analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan bantuan SPSS.

³⁴ Safaruddin Munthe, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota*, (Sumatera Utara: Tesis Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 59

³⁵ Bassilus, *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015), hal. 19

1. Uji Validitas dan Relibilitas

a. Pengujian Validitas

Menurut Supardi, validitas merupakan tingkat dimana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur dan data penelitian tidak berguna apabila instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki validitas dan reabilitas yang tinggi.³⁶ Penelitian kuantitatif ini harus menghasilkan data yang valid. Uji validitas dilakukan dengan membuat korelasi item dengan skor total.

Korelasi *Rank Spearman* digunakan jika data yang diperoleh adalah data ordinal, sedangkan korelasi *Product Moment* bisa digunakan jika data yang diperoleh adalah data interval.³⁷ Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid dan nilai positif, namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka r_{tabel} maka dinyatakan tidak valid dan nilai negatif.

b. Pengujian Reabilitas

Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif...*, hal. 155

³⁷ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), hal 152

diulangi dua kali atau lebih.³⁸ Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan metode *alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Reabilitas dapat dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60.

2 Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan bentuk pengujian tentang kenormalan distribusi data. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah data yang diambil merupakan data yang terdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini, data akan diuji dengan statistik *Kolmogrov-Sminov*. Dimana probabilitas >5% maka variabel-variabel tersebut berdistribusi normal begitupun sebaliknya.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan salah satu bentuk penyimpangan asumsi klasik yang berupa hubungan korelasi beberapa atau sama variabel independennya. Seharusnya variabel bebas tidak ada korelasi antar variabel bebas yang satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya

³⁸ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*...., hal. 159

multikolinieritas adalah nilai *tolerance* > 1,10 atau sama dengan nilai VIF < 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual dari satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini digunakan untuk meramalkan suatu keadaan atas naik turunnya variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai *factor predictor* yang dimanipulasi.³⁹ Dimana model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:⁴⁰

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

Dimana:

Y = Keputusan Nasabah

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi masing-masing variabel

X₁ = Lokasi

³⁹ Singgih Santoso, *Latihan SPSS Sstatistik Parametrik*, (Jakarta: Elekmedia Komputindo, 2002), hal. 168

⁴⁰ Imam Ghozali, *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), HAL 149

X_2 = Promosi

e = *Error term* (variabel pengganggu) atau residual

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pembuktian dari uji hipotesis yang dilakukan secara bersama-sama dan dengan menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrika sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji-t digunakan untuk mengetahui suatu hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang secara parsial. Uji-t disini untuk menguji hipotesis yang digunakan dalam memenuhi dan mengetahui ada apa tidaknya perbedaan yang meyakinkan dari dua mean sampel.⁴¹

Apabila masing-masing variabel bebas (pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas) pada t_{hitung} lebih dari t_{tabel} maka variabel bebas tersebut secara parsial memiliki hubungan atau dampak pada variabel terikat (minat menabung). Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat

⁴¹ Hartono, *SPSS 16.0, Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2008), hal. 146

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan: jika signifikan nilai $t > 0,05$ maka tidak ada dampak yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Artinya H_0 diterima dan menolak H_1 . Jika signifikan $t < 0,05$ maka ada dampak yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Artinya H_0 ditolak dan menerima H_1 .

b. Uji Simulasi (Uji Statistik F)

Uji-F digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas terhadap minat menabung. Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

- 1). H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) dengan variabel dependen (Y).
- 2) H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) dengan variabel dependen (Y).

Kriteria pengambilan keputusan : H_0 diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$. Dan H_1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model ini menjelaskan variabel dependen yang dihitung. Nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas atau kecil. Nilai R^2 yang besar mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.