BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan ini berangkat dari data yang diproses menjadi informasi dan membuktikan teori, sehingga dapat menjadi bahan yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pemrosesan data mentah menjadi informasi yang bermanfaat inilah yang merupakan jantung dari analisis kuantitatif.[1]

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh *brand personality,* terhadap minat (*purchase intention*) nasabah PT. BPRS Jabal Nur Surabaya dengan *trust* sebagai variabel *intervening* dan tingkat religiusitas sebagai variabel moderator.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya pada kantor cabang beralamat di Jalan Gayungsari Barat 89, Surabaya, dan kantor kas Bungurasih yang beralamat di jalan Bungurasih Timur 107, Waru, Sidoarjo. Waktu penelitian dimulai dari 29 Agustus 2016 sampai 26 September 2016. Kuisioner yang dibagikan peneliti dengan dua cara, pertama kuisioner diberikan kepada pihak perbankan dan diterima kembali oleh peneliti dengan waktu yang sudah ditentukan serta menyesuaikan dengan jadwal kerja PT. BPRS Jabal Nur

---

[1] Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi,* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya, kedua peneliti melakukan penelitian secara proaktif dengan ikut berpartisipasi bersama pihak perbankan dalam menemui dan memberikan kuisioner kepada nasabah secara langsung di berbagai daerah marketing PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[2] Populasi dalam penelitian ini adalah *infinite* (tidak terhitung) disebabkan jumlah nasabah dalam perbankan senantiasa mengalami perubahan.

Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.[3] Prosedur penarikan sampel dengan teknik *sampling non-probabilitas*. Teknik *sampling non-probabilitas* adalah teknik pengambilan sample yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti atau menurut pertimbangan pakar.[4] Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai. Tipe-tipe variabel dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi empat jenis,

---

[2] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA, 2010), 61.
[3] Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder.* Edisi Revisi (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 74.
[4] Kuntjojo, *Metodologi Penelitian,* (t.tp: t.p, t.th), 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu variabel independen, variabel dependen, variabel *intervening,* dan variabel moderator.

1. **Variabel Independen**

   Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain.[5] Variabel independen disebut juga variabel bebas. Dalam analisis jalur (*path analysis*) dikenal sebagai variabel eksogen. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *brand personality* (X).

2. **Variabel Dependen**

   Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen disebut juga variabel terikat. Dalam analisis jalur (*path analysis*) dikenal sebagai variabel endogen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *purchase intention* (Y).

3. **Variabel *Intervening***

   Variabel *intervening* adalah atau variabel perantara didefinisikan sebagai variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan variabel yang sedang diteliti tetapi tidak dapat dilihat, diukur, dan dimanipulasi; pengaruhnya harus disimpulkan dari pengaruh-pengaruh variabel bebas dan variabel moderat terhadap gejala yang diteliti. Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah *trust* (V).

4. **Variabel Moderator**

   Variabel adalah variabel bebas kedua yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk menentukan apakah kehadirannya berpengaruh terhadap hubungan

[5] Edy Supriyadi, *SPSS+Amos Statistical Data Analysis* (Jakarta: In Media, 2014), 57.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

antara variabel bebas pertama dan variabel tergantung. Variabel Moderat merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk mengetahui apakah variabel tersebut mengubah hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung. Variabel moderator dalam penelitian ini adalah tingkat religiusitas (M).

E. Definisi Operasional

Berdasarkan penjabaran variabel di atas, berikut operasional variabel yang peneliti rumuskan:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	*Brand personality* (X)	*Sicerity*	a. *Down-to-earth* (rendah hati) b. *Honest* (jujur) c. *Wholesome* (sederhana) d. *Cheerful* (gembira)	Likert
		Competence	e. *Daring* (berani) f. *Spirited* (semangat) g. *Imaginative* (penuh imajinasi) h. *Up-to-date* (moderen)	Likert
		Excitement	i. *Reliable* (terpercaya) j. *Inteligent* (pandai) k. *Sucessful* (sukses)	Likert
		Sophistication	l. *Upper class* (berkelas) m. *Charming* (menarik)	Likert
		Ruggedness	n. *Outdoorsy* (petualang) o. *Rough* (keras)	Likert
2.	*Trust* (V)	*Reliability*	a. Harapan terhadap *brand* b. Kenyamanan terhadap	Likert

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			brand c. Pengakuan terhadap *brand* d. Jaminan terhadap *brand*	
		Intentions	e. Integritas *brand* f. Kapabilitas *brand* g. Kredibilitas *brand* h. Profesionalitas *brand*	Likert
3.	Minat nasabah menggunakan jasa perbankan syariah (*purchase intention*) (Y)	Minat Transaksional	a. Ketertarikan menggunakan jasa perbankan dengan label syariah	Likert
		Minat Referensial	b. Mempromosikan jasa perbankan dengan label syariah	Likert
		Minal Preferensial	c. Mengutamakan jasa perbankan dengan label syariah	Likert
		Minat Eksploratif	d. Mencari informasi mengenai perbankan dengan label syariah	Likert
4.	Tingkat religiusitas (M)	*Basic Religiosity*	a. Iman kepada Allah b. Yakin atas sifat Maha Mengetahui Allah c. Yakin atas Nabi Muhammad penutup kenabian d. Yakin terhadap kemurnian al-Qur'an e. Yakin terhadap makhluk gaib f. Pengamalan doa harian g. Pengamalan *basmalah* setiap aktivitas	Likert
		Central Religious Duties	h. Shalat lima waktu i. Puasa bulan Ramadhan j. Berhaji bila mampu k. Peraturan terkait	Likert

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			makanan dan minuman l. Peraturan terkait aktivitas bisnis dan muamalah	
		Religious Experience	m. Pengalaman memperoleh ilham n. Pengalaman memperoleh berkat o. Pengalaman memperoleh musibah	Likert
		Religious Knowledge	p. Rukun iman q. Rukun islam r. Membaca dan memahami al-Qur'an s. Kehidupan Nabi	Likert

Sumber: Olahan Mandiri, 2016.

F. Metode Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data adalah sumber dari mana data akan digali. Sumber tersebut biasanya berupa orang, dokumen, pustaka, barang, keadaan atau lainnya. Berdasarkan cara perolehannya sumber data terbagi menjadi dua yaitu:

a. Sumber Data Primer

Data yang belum tersedia dan untuk memperoleh data tersebut peneliti harus menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti kuesioner, wawancara, observasi dan sebagainya.[6] Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuisioner yang dibagikan kepada nasabah representatif PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

[6] Hendri Tanjung, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), 76.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber data primer juga diperoleh melalui wawancara. Wawancara dilakukan pada personalia bidang marketing PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

b. **Sumber Data Sekunder**

Adapun sumber data sekunder yang dimaksud adalah sumber data yang didapat dari dokumentasi perusahaan, buku-buku atau pustaka yang berhubungan dengan topik bahasan ini serta hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh pihak lain.[7] Untuk data sekunder, peneliti mengumpulkannya dengan studi kepustakaan, literatur pada berbagai perpustakaan di dalam dan di luar kampus maupun pada toko-toko buku, website, dan dokumentasi PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

2. **Teknik Pengumpulan Data**

Berikut pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti yang dilakukan di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya sebagai berikut:

a. **Pengumpulan Data Melalui Kuisioner**

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.[8] Pada penelitian ini yang akan digunakan adalah angket tertutup, dengan memberi tanda *checklist* dan skala pemeringkatan. Maksudnya kuisioner diberikan kepada nasabah PT. BPRS Jabal Nur Surabaya dan di dalam itu pula disediakan jawabannya. Memberikan pembobotan untuk setiap jawaban dari pertanyaan tertutup yang

[7] Ibid.
[8] Ibid., 142.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berskala ordinal. Pertanyaan positif atau mendukung penelitian akan diberi skor 5-4-3-2-1, dengan menggunakan skala likert (Sangat Setuju; Setuju; Ragu; Tidak Setuju; Sangat Tidak Setuju).

b. Pengumpulan Data Melalui Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dapat dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara orang seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.[9]

Wawancara dalam penelitian ini dengan tanya jawab pada pihak karyawan yang berkaitan dengan informasi perusahaan, serta kepada pihak nasabah sebagai responden yang berkaitan dengan *brand personality* syariah, *trust,* minat nasabah, dan tingkat religiusitas.

G. Analisis Data

Dari data yang diperoleh akan dilakukan analisis data. Sehingga dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan, yang hasilnya dapat dipertanggungjawabkan. Berikut langkah-langkah dalam menganalisis data:

[9] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali, 2008), 151.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. **Metode Analisis Deskriptif**

Yaitu suatu metode dimana data yang telah diperoleh, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian diinterpretasikan sehingga diperoleh gambaran tentang masalah yang dihadapi dan untuk menjelaskan hasil perhitungan. Data diperoleh dari data primer berupa kuisioner yang telah diisi oleh sejumlah responden penelitian.

2. **Uji Kualitas Data**

Berdasarkan instrumen penelitian yang digunakan, kualitas data yang dihasilkan dapat dievaluasi melalui uji reliabilitas dan uji validitas:

a. **Uji Reliabilitas**

Bukti kuisioner dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap kuisioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuisioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *composite reliability*. Kuisioner dikatakan reliabel jika *composite reliability* > 0,60 dan tidak reliable jika sama dengan atau dibawah 0.60.[10]

Hasil $\alpha > 0{,}60$ = reliabel

Hasil $\alpha \leq 0{,}60$ = tidak reliabel

b. **Uji Validitas**

Butir kuisioner dikatakan valid jika kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Untuk menentukan valid tidaknya kuisioner dalam penelitian menggunakan perbandingan antara *corrected item-total correlation* dengan koefisien korelasi yang ditentukan

[10] Danang Sunyoto, *Teori, Kuisioner, dan Analisis Data Sumber Daya Manusia. Praktik Penelitian* (Jakarta: Center for Academic Publishing Service, 2012), 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebesar r = 0,50. Butir kuisioner dikatakan valid jika *corrected item-total correlation* lebih besar dari 0,50 dan sebaliknya jika *corrected item-total correlation* lebih kecil dari 0,50 maka dikatakan butir pertanyaan tidak valid.[11]

3. **Teknik Analisis Variabel**

Data analisis dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan program PLS (*Partial Least Square*) yang memberikan gambaran jelas berhubungan antara konstruk penelitian. Adapun tahapan-tahapan dalam analisis PLS-SEM adalah sebagai berikut:

a. Konseptualisasi model;
b. Menetukan metode analisis algorithm;
c. Menentukan metode *resampling*;
d. Menggambar diagram jalur; dan Evaluasi model.[12]

4. **Metode Sobel**

Di dalam penelitian ini terdapat variabel *intervening* yaitu kepercayaan (*trust*) nasabah. Menurut Baron dan Kenny, suatu variabel disebut variabel *intervening* jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel prediktor (*independen*) dan variabel kriterion (*dependen*). Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel test*).

---

[11] Ibid,. 117.
[12] Jonathan Sarwono, *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM* (Yogayakarta: ANDI, 2015), 54-74.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (V). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui V dihitung dengan cara mengalikan jalur X→V (**a**) dengan jalur V→Y (**b**) atau **ab**. Jadi koefisien **ab** = (**c** – **c'**), dimana **c** adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol V, sedangkan **c'** adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol V.[13] *Standard error* koefisien **a** dan **b** ditulis dengan **Sa** dan **Sb**, besarnya *standard error* pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) Sab dihitung dengan rumus dibawah ini :

$$\boldsymbol{Sab = b^2\, Sa^2 + a^2\, Sb^2 + Sa^2\, Sb^2}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien **ab** dengan rumus sebagai berikut:

$$\boldsymbol{t = \frac{ab}{Sab}}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu > 2,042. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi.

[13] Ibid., 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id