

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu pengetahuan (PG), religiusitas (RL), pendapatan (PD), dan *social media marketing* (SM) sebagai variabel moderator, sementara variabel terikat yaitu minat menabung (MM). Subjek penelitian ini adalah karyawan industri di Kabupaten Karawang. Hasil penelitian ini berpotensi untuk mewakili karyawan industri di wilayah industri lain di Indonesia, seperti Bekasi, Tangerang, atau Batam, yang memiliki karakteristik serupa. Namun demikian, karena adanya faktor khusus berupa tingkat upah minimum yang tinggi di Karawang, generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati. Dengan kata lain, temuan ini lebih tepat digeneralisasi pada konteks karyawan industri di daerah dengan karakteristik ekonomi dan sosial yang sebanding. Pendekatan penelitian ini dilakukan melalui distribusi kuesioner atau angket kepada responden yang termasuk dalam kategori tersebut yang dilaksanakan pada 24 Februari sampai 9 Maret 2025.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sahir (2022) metode penelitian adalah langkah memperoleh data agar bisa diolah dan dianalisis. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini memilih metode kuantitatif karena terdapat lebih dari satu variabel, sehingga metode ini digunakan untuk mencari hubungan dari setiap variabel yang akan diuji secara statistik (Sekaran & Bougie, 2017).

3.3 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan deskriptif dan kausalitas. Sekaran & Bougie (2017) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian dengan tujuan utama untuk mendeskripsikan, menjelaskan, memaparkan, mengenai karakteristik bahkan fungsi sesuatu hal. Dalam penelitian ini, dapat diperoleh gambaran dan deskripsi mengenai tingkat pengetahuan (X1), tingkat religiusitas (X2), tingkat pendapatan (X3), tingkat *social media marketing* (M) dan minat menabung di bank syariah (Y).

Sedangkan penelitian kausalitas mempunyai tujuan utama yaitu untuk mengetahui adanya hubungan sebab akibat yang terjadi antara variabel independen terhadap variabel dependen (Silalahi, 2015). Sehingga dalam penelitian ini diperoleh hubungan sebab akibat yang terjadi antara variabel bebas yaitu tingkat pengetahuan (X1), variabel tingkat religiusitas (X2), variabel tingkat pendapatan (X3) terhadap variabel terikat yaitu minat menabung di bank syariah (Y) serta *social media marketing* sebagai variabel moderator.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Bagian ini akan menjelaskan mengenai definisi dan operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minat menabung (Y), pengetahuan (X1), religiusitas (X2), pendapatan (X3), *social media marketing* (M). Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

No	Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
1.	Minat menabung (Y) Minat adalah suatu keadaan ketika seseorang menaruh perhatian pada sesuatu, yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui, memiliki, mempelajari, dan membuktikan (Rahmat, 2017)	1 Minat transaksional (Syahriyal, 2018)	Mengacu bagaimana kecenderungan seseorang untuk membeli produk	Interval
		2 Minat referensial (Syahriyal, 2018)	Meliputi bagaimana seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain	Interval

2.	Pengetahuan (X1) Pengetahuan adalah komponen penting dari eksistensi manusia karena merupakan hasil dari aktivitas berfikir dan pemahaman yang dilakukan oleh manusia (Octaviana & Ramadhani, 2021)	3	Minat preferensial (Syahriyal, 2018)	Mencakup bagaimana perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut	Interval
		4	Minat eksploratif (Syahriyal, 2018)	Sejauh mana perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya	Interval
		1	Tahu (<i>Know</i>) Notoatmodjo dalam Adiputra dkk (2021)	Sejauh mana pengetahuan karyawan industri terhadap perbankan syariah	Interval
		2	Aplikasi (Application) Notoatmodjo dalam Adiputra dkk (2021)	Menunjukkan karyawan industri dapat menerapkan pengetahuan yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari.	Interval
3.	Religiusitas (X2) Religiusitas merupakan tingkat keyakinan (<i>belief</i>) dan sikap (<i>attitudes</i>) seseorang terhadap ajaran agama yang dianutnya dan praktik ritual (<i>ritual practices</i>) baik dalam konteks hubungan dengan Allah baik secara vertikal maupun	3	Analisis (Analysis) Notoatmodjo dalam Adiputra dkk (2021)	sejauh mana kemampuan karyawan industri dalam memahami dan menganalisa suatu masalah	Interval
		1	Dimensi keyakinan (Suryadi & Hayat, 2021)	Mencakup sejauh mana seseorang menerima kepercayaan dalam agamanya	Interval
		2	Dimensi praktik ibadah (Suryadi & Hayat, 2021)	sejauh mana seseorang melaksanakan kewajiban-kewajiban dalam agamanya	Interval

	horizontal, sebagai upaya untuk mencari kehidupan dan kebahagiaan (Suryadi & Hayat, 2021)	3	Dimensi Pengetahuan Agama (Suryadi & Hayat, 2021)	sejauh mana pengaruh nilai-nilai agama yang dianutnya memberikan pengaruh positif dalam kehidupannya sehari-hari.	Interval
4.	Pendapatan (X3) Pendapatan adalah jumlah masukan yang diperoleh atas jasa yang diberikan oleh perusahaan, bisa meliputi penjualan produk atau jasa kepada pelanggan yang didapat dalam suatu aktivitas perusahaan untuk meningkatkan nilai aset (Putrawardana, Ahmadsyah, & Mukhdasir, 2021)	1	Pendapatan perbulan (Putrawardana, Ahmadsyah, & Mukhdasir, 2021)	Mengacu pada pendapatan yang digunakan atau penghasilan yang diperoleh perbulan sebagai karyawan industri	Interval
		2	Pendapatan mempengaruhi minat (Putrawardana, Ahmadsyah, & Mukhdasir, 2021)	Mengacu pada pendapatan yang semakin tinggi dan peluang untuk menabung	Interval
		3	Pengeluaran (Putrawardana, Ahmadsyah, & Mukhdasir, 2021)	Sejauh mana pengeluaran yang dikeluarkan sebagai karyawan industri	Interval
5.	Sosial Media Marketing (M) pemanfaatan teknologi, saluran, dan perangkat lunak dari media sosial yang bertujuan untuk menciptakan suatu komunikasi, pengiriman, pertukaran serta penawaran yang bernilai bagi pemangku kepentingan dalam suatu organisasi. (Tuten & Solomon, 2018)	1	Kemudahan mendapatkan informasi (Tuten & Solomon, 2018)	Sejauh mana kemudahan informasi dalam mendapatkan mengakses berbagai informasi dan juga bertransaksi.	Interval
		2	Kepercayaan informasi (Tuten & Solomon, 2018)	Seberapa besar kepercayaan masyarakat terhadap media sosial yang memberikan informasi dan juga bertransaksi.	Interval

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Djarwanto dalam (Sahir, 2022, hal. 34), Populasi merupakan skor keseluruhan dari individu yang karakteristiknya hendak diteliti dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda benda.

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karyawan Industri di Kabupaten Karawang
2. Belum memiliki rekening bank syariah

Adanya kawasan industri di Kabupaten Karawang berdampak pada banyaknya lapangan kerja, dengan banyaknya lapangan kerja, pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan industri menjadi lebih baik. Pendapatan atau gaji yang diperoleh karyawan industri berdasarkan pada UMK yang telah ditetapkan oleh keputusan Gubernur Jawa Barat. Dengan begitu, pendapatan yang dihasilkan akan dapat mencukupi kebutuhan, juga dapat memberi dorongan kepada karyawan industri untuk bisa menyisihkan sebagian pendapatannya di tabung di bank syariah.

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi (Amin, Garancang, & Abunawas, 2023). Menurut Sugiyono (2019), Bila 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.

Adapun teknik pengambilan sampel yg digunakan pada penelitian ini merupakan *non- probability sampling* dengan menggunakan jenis sampling yg dipakai *purposive sampling*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Misalnya akan melakukan penelitian tentang minat menabung nya karyawan industri, sampel sumber datanya adalah orang yang memiliki pekerjaan tersebut, maka sampel sumber datanya adalah orang yang bekerja sebagai karyawan industri di Kabupaten Karawang.

Populasi karyawan industri di Kabupaten Karawang tidak diketahui jumlahnya secara pasti, karena seringkali mengalami pergantian karyawan yang cukup cepat, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti resign, PHK, atau perekrutan tenaga kerja baru. Dengan demikian, teknik pengambilan sampel pada karyawan industri di Kabupaten Karawang yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, ditentukan dengan rumus dari Hair, Black, Babin, & Anderson (2010, hal. 176) jika jumlah populasinya tidak diketahui, penentuan jumlah sampel dapat diketahui dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka rentang minimal 5-10. Jumlah indikator yang ada pada penelitian ini berjumlah 15.

Minimum sampel = 5×15 (jumlah indikator) = 75

Maksimum sampel = 10×15 (jumlah indikator) = 150

Jadi, jumlah sampel yang disarankan adalah antara 75 sampai 150 sampel, dengan rekomendasi yang lebih baik menggunakan jumlah sampel di sisi atas, yaitu 150 sampel untuk hasil yang lebih valid dan reliabel.

3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumentasi merupakan proses pembuatan instrumen yang mencakup perencanaan, penyusunan, uji coba, pengabsahan, dan pengujian keandalan instrumen penelitian sehingga dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang akurat dan dapat diandalkan (Muhammad, 2008). Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang akan didistribusikan kepada karyawan industri di Kabupaten Karawang. Untuk mengukur sejauh mana variabel penelitian mempengaruhi minat menabung karyawan industri di bank syariah, instrumen tersebut berisikan pertanyaan mengenai identitas responden dan pernyataan yang diukur dengan *Numerical Scale*.

Numerical Scale yakni skala yang menggunakan pilihan jawaban berupa angka dimulai dari angka 1 sampai dengan angka 5. Menurut Sekaran (2011 : 33)

skala numerik mirip dengan skala diferensial semantik, dengan perbedaan pemberian skala nomor lima atau tujuh titik pada setiap ujungnya. Dengan menggunakan skala ini, responden diminta memberikan penilaian pada objek tertentu. Masingmasing angka 1 menunjukkan penilaian terendah dan angka 5 menunjukkan penilaian tertinggi.

Tabel 3. 2
Format Angket Numerical Scale

No	Pernyataan	Skor				
		5	4	3	2	1

Adapun keterangan skor yang ada dalam angket tersebut adalah sebagai berikut:

1. Angka 5 pernyataan dengan positif tertinggi.
2. Angka 4 pernyataan dengan positif tinggi.
3. Angka 3 pernyataan dengan positif sedang.
4. Angka 2 pernyataan dengan positif rendah.
5. Angka 1 pernyataan dengan positif terendah.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebar kuesioner atau angket, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sejumlah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan peneliti. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan industri di Kabupaten Karawang yang memiliki minat menabung di bank syariah. Adapun jumlah sampel yang direncanakan sebanyak 150 responden. Kuesioner atau angket disebarakan melalui *platform* media sosial seperti *WhatsApp* dengan menggunakan *Google Form*.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas data bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kevalidan pertanyaan dari penyebaran kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan

diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas diukur menggunakan Pearson Correlation (Ghozali, 2018).

Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bivariate Pearson (Product Moment Pearson) yakni teknik korelasi, dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan $< 0,05$ atau 5 %. Hasil Pearson Correlation sig. 0,05 = tidak valid Hasil Pearson Correlation $< \text{sig. } 0,05$ = valid Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah :

1. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item kuisisioner tersebut valid.
2. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item kuisisioner tersebut tidak valid

Tabel 3. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan

No	Indikator	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
PG1	Saya mengetahui cara membuka tabungan di Bank Syariah	0,780	0,160	Valid
PG2	Saya mengetahui bahwa bank syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang memanfaatkan sistem syariah dalam setiap transaksi dan operasional lainnya.	0,786	0,160	Valid
PG3	Pada setiap transaksi yang ada di bank syariah tidak mengandung bunga/riba	0,710	0,160	Valid
PG4	Saya mampu membuat perencanaan keuangan sesuai syariah	0,722	0,160	Valid
PG5	Dalam ekonomi Islam segala bentuk kegiatan yang tidak didasarkan pada prinsip syariah hanya akan mendatangkan keuntungan sesaat dan menimbulkan banyak kerugian	0,696	0,160	Valid
PG6	Pengelolaan yang baik dapat mempermudah perencanaan	0,709	0,160	Valid

keuangan jagka pendek dan jangka panjang

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

No	Indikator	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
RL1	Dalam kegiatan sehari-hari saya bersikap dan berperilaku sesuai syariat beragama	0,689	0,160	Valid
RL2	Saya yakin bahwa Allah SWT. Selalu melihat apapun yang saya lakukan dalam bekerja	0,761	0,160	Valid
RL3	Saya rutin menjalankan ibadah sesuai agama yang dianut	0,655	0,160	Valid
RL4	Saya merasa berdosa atau kecewa jika tidak beribadah	0,676	0,160	Valid
RL5	Dalam agama, saya percaya bahwa segala perbuatan dan tindakan akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak.	0,794	0,160	Valid
RL6	Berusaha untuk bertindak sesuai dengan ajaran agama dalam bermuamalah	0,733	0,160	Valid

Tabel 3. 5
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan

No	Indikator	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
----	-----------	------------------------	------------	------------

PD1	Pendapatan yang saya peroleh sesuai harapan dan mencukupi kebutuhan sehari-hari	0,678	0,160	Valid
PD2	Saya dapat mengontrol pendapatan yang diterima perbulan untuk kebutuhan dan keinginan	0,677	0,160	Valid
PD3	Pendapatan yang saya peroleh selalu disisihkan untuk menabung	0,686	0,160	Valid
PD4	Pendapatan yang saya peroleh lebih banyak digunakan untuk menabung daripada keperluan lain	0,520	0,160	Valid
PD5	Saya lebih tertarik untuk menyisihkan uang dengan kegiatan menabung dari pada menghabiskan uang untuk belanja	0,613	0,160	Valid
PD6	Saya menabung di bank syariah apabila pengeluaran saya lebih kecil dari kebutuhan	0,544	0,160	Valid

Tabel 3. 6
Hasil Uji Validitas Variabel Social Media Marketing

No	Indikator	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
SM1	Media sosial memudahkan penggunaannya untuk mengakses akun-akun resmi perbankan syariah	0,746	0,160	Valid
SM2	Media sosial memudahkan saya mendapatkan informasi mengenai perbankan syariah	0,732	0,160	Valid
SM3	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan saya untuk memahami bank syariah	0,571	0,160	Valid

SM4	Fasilitas yang sangat memadai meningkatkan kepercayaan saya terhadap bank syariah	0,617	0,160	Valid
SM5	Saya percaya untuk menyimpan uang di bank syariah karena telah menerapkan sistem syariah	0,641	0,160	Valid
SM6	Jaminan yang diberikan oleh bank syariah cukup membuat saya percaya untuk menabung di bank syariah	0,666	0,160	Valid

Tabel 3. 7
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung

No	Indikator	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
MM1	Jika ada uang lebih, saya akan menabung di bank syariah	0,778	0,160	Valid
MM2	Walaupun keluarga tidak menyetujui saya untuk menabung di bank syariah, saya akan tetap menabung pada bank syariah	0,716	0,160	Valid
MM3	Ada beberapa teman-teman menyarankan saya untuk menabung di bank syariah	0,694	0,160	Valid
MM4	Saya bersedia merekomendasikan terkait bank syariah kepada siapa saja yang berminat menabung di bank syariah	0,681	0,160	Valid
MM5	Produk tabungan bank syariah lebih menarik perhatian saya untuk menabung di bank syariah	0,677	0,160	Valid
MM6	Jasa (<i>service</i>) perbankan syariah yang sangat baik menarik minat saya untuk menabung di bank syariah	0,647	0,160	Valid

MM7	Pengetahuan tentang bank syariah sering saya dapatkan dari lingkungan rumah atau teman yang selalu mengadakan diskusi tentang bank syariah	0,717	0,160	Valid
MM8	Saya sering menanyakan informasi tentang bank syariah kepada orang yang sudah menggunakannya	0,721	0,160	Valid

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada Tabel 3.3 sampai 3.7 diketahui bahwa pada seluruh indikator dari variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2), pendapatan (X3), *social media marketing* (M), dan minat menabung (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan lolos uji validitas.

Setelah melakukan uji validitas, instrumen harus melewati uji reliabilitas.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung cronbach alpha dari masing-masing instrumen dalam setiap variabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Menurut Ghazali (2018) menunjukkan bahwa Alpha Cronbach's dapat diterima jika $> 0,60$. Semakin dekat alpha cronbach's dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal.

Hasil data pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R Tabel	Keterangan
Pengetahuan	0,829	0,60	Valid
Religiusitas	0,812	0,60	Valid
Pendapatan	0,683	0,60	Valid
<i>Social Media Marketing</i>	0,746	0,60	Valid
Minat Menabung	0,854	0,60	Valid

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada Tabel 3.8, diketahui bahwa pada seluruh variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2),

pendapatan (X3), *social media marketing* (M), dan minat menabung (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai *r* tabel sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel. Setelah dari kedua pengujian yakni validitas dan reliabilitas, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang pertama tentang bagaimana tingkat pengetahuan, tingkat religiusitas, tingkat pendapatan, tingkat *social media marketing* serta minat menabung, maka dijawab dengan menggunakan analisis deskriptif Terdapat prosedur yang dilakukan untuk mengelola data sebagai berikut (Sekaran & Bougie, 2017, hlm. 273) :

1) *Coding and Data Entry* (Pengodean dan Entri Data)

Langkah pertama dalam penyusunan data adalah pengodean data. Pengodean data melibatkan pemberian nomor tanggapan responden sehingga dapat dimasukkan ke dalam *database*.

2) *Editing* (Pengeditan Data)

Setelah data dimasukkan, mereka perlu diedit. Pengeditan data berkaitan dengan pendeteksian dan koreksi data yang tidak logis, tidak konsisten, atau ilegal dan kelalaian dalam informasi yang diberikan oleh responden.

3) *Scoring* (Proses Pemberian Angka)

Scoring yaitu pemberian skor untuk setiap opsi dari item yang dipilih oleh responden untuk menjawab pertanyaan kuesioner. Memberi skor dengan menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan dalam angket menggunakan skala interval dengan bobot yang disesuaikan dengan kategori jawabannya.

4) *Tabulating* (Tabulasi)

Tabulasi merupakan proses mengubah data dari instrumen pengumpulan data menjadi tabel-tabel data, di mana data tersebut hendak ditelaah atau diuji secara sistematis.

Langkah selanjutnya ialah mengkategorikan setiap variabel sebelum data dianalisis lebih lanjut untuk menjawab setiap rumusan hipotesis. Adapun untuk pengategorian variabel yang digunakan dengan rumus sebagai berikut:

Tabel 3. 9
Skala Pengukuran Kategori

Skala	Kategori
$X > (\mu + 1,0\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma)$	Sedang
$X < (\mu - 1,0\sigma)$	Rendah

Sumber : (Azwar, 2006)

Keterangan:

X = Skor Empiris

μ = Rata-rata teoretis (skor min + skor maks/2)

σ = Simpangan baku teoretis (skor maks – skor min/6)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian dimana persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketetapan dan konsisten. Adapun pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian Regresi Linear Berganda, dengan menggunakan uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini hanya menggunakan tiga uji saja pada asumsi klasik, dikarenakan data yang digunakan bukan data time series (Sugiyono, 2019). penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah di dalam suatu model regresi, antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Model regresi yang baik adalah model regresi yang mempunyai distribusi normal atau juga mendekati normal, sehingga nantinya akan layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data dapat menggunakan Kolmogorov-Smirnov yang ada pada program SPSS, dengan ketentuan:

- 1) Apabila nilai signifikansi $> 5\%$ (0.05), maka data memiliki distribusi normal

2) Apabila nilai signifikansi $< 5\%$ (0.05), maka data tidak memiliki distribusi normal

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui apakah model yang digunakan merupakan model ang linear atau tidak (hamid et al 2020). Dalam penelitian ini, uji linearitas dibantu dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS. Dasar analisis dalam pengambilan keputusan uji linearitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linear.
- 2) 2) jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hubungan anantara variabel bebas dengan variabel terikat adalah tidak linear.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dengan variance inflation factor (VIF), korelasi pearson antara variabel-variabel bebas, atau dengan melihat eigenvalues dan condition index (CI) (Rodliyah, 2021).

Beberapa alternatif cara untuk mengatasi masalah multikolinearitas adalah sebagai berikut :

- 1) Mengganti atau mengeluarkan variabel yang mempunyai korelasi yang tinggi.
- 2) Menambah jumlah observasi.
- 3) Mentransformasikan data ke dalam bentuk lain, misalnya logaritma natural, akar kuadrat atau bentuk first difference delta.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah adanya terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji

Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, di mana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual dengan variabel – variabel independent dalam model (Basuki & Prawoto, 2015).

Terdapat beberapa cara untuk menguji heteroskedastisitas, tetapi pengujian memilih menggunakan uji rank spearman. Uji *Rank Spearman*, yakni mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Di mana jika hasil uji menunjukkan nilai signifikan *constant* > 0,05 maka dinyatakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Namun jika signifikan *constant* < 0,05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas. (Kurniawan & Yuniarto, 2016).

3.8.3 Uji *Moderated Regression Analysis*

Moderated Regresion Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan pengujian dengan pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji interaksi menggunakan *Moderated Regression Analysis* MRA untuk menguji hipotesis yaitu H4, H5 dan H6 yang meliputi variabel moderasi *social media marketing*. Sehingga bentuk persamaan regresi atau model yang digunakan dalam analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA). Dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 (X_1 Z) + \beta_5 (X_2 Z) + \beta_6 (X_3 Z) + e$$

Keterangan:

Y = minat menabung

a = konstanta

β_1 - β_5 = koefisien regresi

X1 = pengetahuan

X2 = religiusitas

X3 = pendapatan

Z = *social media marketing*

e = error / tingkat kesalahan penduga

3.8.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah proses mengambil keputusan tentang hipotesis penelitian, menolak atau menerima hipotesis yang sedang diuji. Berikut ini adalah metode yang digunakan untuk menguji hipotesis :

1. Uji Simultan (uji f)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel pada derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai Fhitung $\geq$ dari nilai Ftabel, maka berarti variabel bebasnya secara bersamasama memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama sehingga dapat diterima (Basuki & Prawoto, 2015).

- a. Jika Fhitung $>$ Ftabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 .
- b. Jika Fhitung $<$ Ftabel, maka H_0 diterima dan menolak H_1 .

Dalam menentukan F tabel yaitu dengan mencari F tabel dengan $N_1 = k-1$ dan $N_2 = n-k$ dengan menggunakan tingkat $\alpha = 0,05$.

Keterangan:

n : Jumlah data

k : Jumlah variabel X ditambah variabel Y

2. Uji parsial (uji t)

Uji t ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t tabel dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai thitung $\geq$ t-tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat (Basuki & Prawoto, 2015).

- a. Jika thitung $>$ t tabel yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak.
- b. Jika thitung $<$ t tabel yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Selanjutnya, adalah keputusan signifikansi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Prob. $< \alpha = 0,05$ yang berarti signifikan.

b. Jika $\text{Prob.} > \alpha = 0,05$ yang berarti tidak signifikan.

Kemudian, dalam menentukan t tabel yaitu dengan *degree of freedom* (df) = $n - k$ dengan menggunakan tingkat $\alpha = 0,05$.

Keterangan:

n : Jumlah data

k : jumlah variabel X ditambah variabel Y

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menggambarkan seberapa jauh suatu variabel bebas menentukan perubahan nilai variabel terikat yang diketahui. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara nol dan satu (Yusuf & Daris, 2018).

Jika nilai R^2 kecil yang berarti nilai kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Namun, jika nilai R^2 mendekati satu maka variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Yusuf & Daris, 2018).