

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan (Husein Umar, 2005:330). Objek dalam penelitian ini adalah nasabah mikro yang melakukan pembiayaan di Bank BRI Syariah KCP Cimahi dan dilakukan pada Tahun 2017..

3.2 Metode Penelitian

Menurut Suharsimi (2006) metode penelitian merupakan sebuah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan dan mendapatkan data penelitiannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Metode yang digunakan “metode kuantitatif deskriptif yaitu metode yang memberikan gambaran secara sistematis dan akurat melalui pendekatan kuantitatif “(Arikunto, 2008). Peneliti menggunakan teknik analisis yaitu *Confirmatory Analysis Factor* yaitu mengeksplorasi variabel ataupun indikator yang dominan untuk membentuk sebuah faktor-faktor minat nasabah pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Cimahi (Sarwono, 2013).

3.3 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2007) “desain penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan riset penelitian”. Tujuan dari desain penelitian untuk memberikan prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan oleh peneliti untuk menyusun dan menyelesaikan masalah dalam penelitian.

Berdasarkan hal tersebut, maka desain penelitian yang sesuai dengan penelitian ini yaitu desain penelitian *explanatory* karena untuk menguji suatu teori dan hipotesis guna untuk memperkuat atau menolak teori atau hipotesis dari hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya.

3.3.1. Definisi Dan Operasionalisasi Variabel

Pada dasarnya operasionalisasi variabel yang diungkapkan oleh Silalahi

(2012:120) “seperangkat petunjuk atau operasi yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan bagaimana mengamatnya dengan rujukan-rujukan empiris (menghitung, mengukur atau mengumpulkan informasi melalui penalaran kita)”. Operasional variabel menjadi rujukan dalam penyusunan instrument penelitian, maka dari itu harus disusun dengan baik agar tingkat validitas dan realibilitas tinggi. Adapun definisi variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Minat Nasabah

Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab (2004:263) mendefinisikan bahwa minat merupakan suatu kehendak seseorang untuk memberikan ketertarikan kepada orang, atau aktivitas maupun situasi yang menjadi objek dari minat dengan diikuti rasa senang.

2. Pasar Rasional

Kumpulan nasabah dimana nasabah tersebut sangat sensitif terhadap perbedaan harga, kualitas pelayanan dan variasi produk (Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 2006:1) Sub variabel sebagai berikut:

a. Faktor Keuntungan

Nilai lebih yang diperoleh dari pelaku ekonomi sehingga memberikan keuntungan. Indikator seperti:

- 1) Angsuran atau harga yang ditawarkan membawa keuntungan serta sesuai dengan kemampuan dan kondisi keuangan.
- 2) Jangka waktu yang diberikan fleksibel sehingga dapat dipertimbangkan lama atau tidaknya.

b. Faktor Kualitas Pelayanan

Fasilitas merupakan sesuatu yang dapat mempermudah pekerjaan, dimana dapat menjunjung tinggi kinerja yang diberikan oleh bank syariah sehingga menarik minat masyarakat untuk memilih bank syariah.

Indikatornya yaitu:

- 1) Profesional karyawan
- 2) Pelayanan yang cepat
- 3) Pengetahuan dan Kesopanan
- 4) Menjalin hubungan baik dengan nasabah

c. Faktor Karakteristik Bank

Yulita Puspitasari, 2017

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MIKRO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keunikan produk yang ditawarkan bank kepada nasabah dimana dilihat dari ciri-ciri apa saja yang menonjol pada bank tersebut. Indikator yaitu:

- 1) Memperhatikan prinsip syariah
- 2) Memperhatikan jenis-jenis produk

d. Faktor Pengetahuan

Persepsi ataupun informasi responden untuk mengetahui bank syariah, indikator dari pengetahuan yaitu:

- 1) Mengetahui sistem perbankan syariah
- 2) Mengetahui informasi
- 3) Pengaruh nama dan citra bank

e. Faktor Objek Fisik

Kemajuan informasi dan teknologi dalam operasi bisnis berupa alat esensial yang dapat membedakan jasa bank tersebut dengan yang lainnya, berupa fisik seperti gedung ataupun lokasi yang disediakan. Indikatornya seperti:

- 1) Lokasi yang strategis
- 2) Kenyaman lokasi
- 3) Fasilitas ATM

3. Pasar Emosional

Kumpulan nasabah yang datang ke perusahaan atau lembaga keuangan syariah karena pertimbangan halal-haram (Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 2006:1). Berikut sub variabel dari pasar emosional:

a. Religiusitas (Karim A. , 2011)

Aturan-aturan atau kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi oleh para pengikutnya. Fungsi religiusitas untuk mengikat individu dalam hubungannya dengan Allah. Indikator religiusitas yaitu (Hirmawan M. R., 2015):

- 1) Kepatuhan Agama
- 2) Bisnis Halal
- 3) Larangan Riba

b. Atribut syariah

Suatu faktor yang dapat menarik nasabah agar melakukan transaksi di bank Syariah (Muhammad, 2004:52), berikut indikator dari atribut syariah (Yuliati, 2011):

- 1) Menghindari unsur ketidakpastian (*gharar*)
- 2) Menghindari judi (*maysir*)
- 3) Melakukan aktivitas sesuai dengan prinsip-prinsip syariah
- 4) Pelarangan produksi barang atau jasa yang bertentangan dengan sistem nilai islam

4. Pasar Spiritual

Kumpulan nasabah dalam mempertimbangkan produk dan jasa terhadap nilai-nilai spiritual yang diyakini serta sudah tidak memikirkan hal-hal yang bersifat duniawi (Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 2006:1). Berikut sub variabel pasar rasional:

- a. *Spiritual marketing* menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula (2006) bahwa kemampuan untuk memberikan kebahagiaan kepada semua pihak yang terlibat dalam berbisnis, dengan menjunjung tinggi nilai moral, dan dilakukan dengan nilai-nilai syariah serta di implementasikan dari nilai-nilai kebenaran dalam Al-Qur'an dan Hadist.

Berikut indikator dari Khafiatu Hasanah (2016):

- 1) Teistis (*rabbaniyah*)
Membawa masalah dan membawa ketenangan hati.
- 2) Etis (*Akhlaqiyyah*)
Menedepankan akhlak atau nilai moral dan etika dalam seluruh kegiatannya
- 3) Realistis (*Al-waqiyyah*)
Fleksibel dan luwes dalam bersikap serta profesional dengan mengedepankan nilai-nilai religius dan kejujuran seperti bersyiar.
- 4) Humanitis (*Insaniyyah*)
Syariah diciptakan untuk mengangkat derajat manusia dan terpelihara serta terjaganya sifat kemanusiaan.

Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara ringkas dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Yulita Puspitasari, 2017

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MIKRO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Pasar Rasional (Maski, 2010) dan (Wahyuningsih , Titik, & Oktaviany, 2014)	1. Faktor Keuntungan	1. Angsuran pembiayaan 2. Jangka waktu pembayaran	Interval
	2. Faktor Kualitas Pelayanan	1. Profesional karyawan 2. Pelayanan yang cepat 3. Pengetahuan dan kesopanan karyawan 4. Menjalin hubungan baik dengan nasabah	Interval
	3. Faktor Karakteristik Bank	1. Memperhatikan prinsip syariah 2. Memperhatikan jenis-jenis produk	Interval
	4. Faktor Pengetahuan	1. Mengetahui informasi bank syariah 2. Pengaruh nama dan citra bank	Interval
	5. Faktor Objek Fisik	1. Lokasi strategis 2. Kenyaman lokasi 3. Fasilitas ATM	Interval
Pasar Emosional (Hirmawan M. , 2015) dan (Yuliati, 2011)	6. Faktor Religiusitas	1. Kepatuhan agama 2. Bisnis halal 3. Larangan riba	Interval
	7. Faktor Atribut Syariah	1. Menghindari gharar 2. Menghindari maysir 3. Melakukan aktivitas sesuai dengan prinsip syariah 4. Pelarangan produksi barang atau jasa yang bertentangan dengan sistem nilai islam	Interval
Pasar Spiritual (Hasanah, 2016)	1. <i>Spiritual Marketing</i>	1. Teistis (Maslahat Ketenangan lahir batin) 2. Etis (Etika atau Berakhlak Baik) 3. Realistis (Bersyiar) 2. Humanitis (Mengangkat Derajat Manusia)	Interval

3.3.2. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

“Gabungan dari keseluruhan elemen yang memiliki serangkaian serupa yang mencakup kepentingan dari masalah penelitian “(Malhotra N., 2009:364). Populasi yang digunakan oleh peneliti yaitu nasabah yang memilih pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Cimahi yang berjumlah 207 nasabah.

2. Sampel

“Subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian “ (Malhotra N., 2009:364). Adapun peneliti menggunakan, teknik *simple random sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (nasabah) populasi untuk dipilih menjadi nasabah sampel (Sugiyono, 2012:118). Penghitungan sampel dapat dihitung melalui rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan

Maka dapat dihitung jumlah sampel yang dibutuhkan oleh peneliti, dengan signifikan sebesar 0,05 yaitu tingkat kepercayaan 95%.

$$\begin{aligned} n &= \frac{207}{1 + 207 (0,05^2)} \\ &= 136 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah populasi (N) pada penelitian ini adalah 207 nasabah. Menggunakan nilai e atau kesalahan 0.05 (5%), sehingga diperoleh hasil sampel (n) adalah 136 nasabah sebagai responden yang akan diteliti oleh penulis.

3.3.3 Intrument Dan Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Data Dan Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer adalah data yang didapat oleh peneliti secara langsung, dari hasil kuersioner yang disebarkan pada nasabah pembiayaan mikro (Istijanto, 2009:44).
- b. Data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung yaitu melalui perorangan atau instansi lain misalnya dokumen, data tersebut diperoleh dari Bank BRI Syariah KCP Cimahi (Arikunto, 2006:92).

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah terdapat teknik pengumpulan data untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Menurut Arikunto (2006:151) terdapat beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

- a. Kuorsioner

Daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden, jawaban dari semua pertanyaan yang ada pada kuesioner dicatat ataupun direkam. Pertanyaan yang diberikan menggunakan model jawaban dengan skala interval antara 1-7. Nilai 1 menyatakan tidak setuju dan 7 setuju (Sarwono, 2013:249). Menggunakan teknik skala *semantic differential* untuk mengukur sikap dimana subjek diminta untuk memilih salah satu sifat yang menggambarkan perasaan mereka terhadap suatu objek.

Tabel 3. 2 Pengukuran Skala

1	2	3	4	5	6	7
Tidak Setuju						Setuju

- b. Wawancara

Wawancara dilakukan peneliti dengan *Head Accounting Officer Micro* untuk memperoleh data pembiayaan mikro, jumlah pembiayaan mikro dan hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

- c. Studi literature

Yulita Puspitasari, 2017

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MIKRO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan dimana penulis mendapatkan teori-teori dan pendapat para ahli serta beberapa buku referensi dan jurnal yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

3. Uji Instrumen

Peneliti harus terlebih dahulu menganalisis instrumen yang akan disajikan dalam penelitian dengan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan untuk sejauhmana instrument dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang dapat diukur dalam penelitian (Sugiyono, 2001). Instrument dapat mengukur dari apa yang diharapkan oleh peneliti. Pengujian dilakukan dengan korelasi antara skor setiap item pertanyaan dengan skor secara keseluruhan antara variabel (Arikunto S. , 2002:144). Pengujian menggunakan rumus *Pearson Correlation* dengan batas kritis koefisien korelasi sebesar 0,3 dan menggunakan signifikansi 5% (Sugiyono, 2008). Uji validitas dapat digunakan melalui perangkat SPSS, dimana rumus korelasi *Pearson Product Moment* untuk menguji validitas adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{\sqrt{(n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

(Arikunto S. , 2006: 69)

Keterangan :

r : Koefisien korelasi antara X dengan Y

X: Skor tiap pertanyaan

Y: Total skor

n : Jumlah responden

Setelah melakukan uji tersebut maka selanjutnya adalah menghitung uji t, berikut rumus dari uji t :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t_{hitung} : Nilai t_{hitung}

r : Koefisien hasil t_{hitung}

n : Jumlah responden

Keputusan dari uji validitas :

- Jika $t_{hitung} > t$ tabel artinya valid
- Jika $t_{hitung} < t$ tabel artinya tidak valid

b. Uji Realibilitas

Dalam sebuah penelitian pertanyaan tidak hanya harus valid namun juga harus realibel agar pertanyaan konsisten. Pengujian realibilitas dilakukan untuk melihat atau mengetahui hingga sejauhmana instrument dapat dipercaya atau diandalkan. Intrumen dikatakan realibel jika dalam dua kali pengujian hasil dari pengukuran tersebut konsisten (Arikunto S. , 2002:154). Uji realibilitas menggunakan koefisien alpha cronbach dengan batas minimal 0,05. Berikut rumus dari koefisien alpha cronbach :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

(Arikunto S. , 2006:165)

Keterangan :

r_{11} : Realibilitas instrument

K : Banyaknya jumlah pertanyaan

σ_i^2 : Varians masing-masing pertanyaan

σ_t^2 : Varians total

Keputusan untuk uji realibilitas ;

- Jika realibilitas $> 0,05$ artinya realibel
- Jika realibilitas $< 0,05$ artinya tidak realibel

3.3.4 Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan analisis faktor melalui bantuan *Software Microsoft Excel 2016*, *SPSS 22* dan *Lisre 8.7*. Adapun tahapan-tahapannya sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

“Analisis yang dilakukan untuk mengetahui perkembangan dari suatu keadaan dengan memberikan gambaran mengenai sifat-sifat dari objek penelitian” (Ferdinand, 2014). Data yang diperoleh yaitu data karakteristik nasabah seperti dari

Yulita Puspitasari, 2017

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MIKRO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, jenis usaha, jenis pembiayaan, jumlah nominal pembiayaan, lama menggunakan pembiayaan mikro, omset usaha yang didapatkan oleh nasabah.

2. Analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Analisis yang digunakan untuk penelitian yang dimana peneliti sudah mempunyai pengetahuan mengenai struktur variabel laten yang melandasinya. Didasarkan pada teori atau penelitian empiris dengan membuat asumsi hubungan antara pengukuran yang diamati dengan faktor-faktor sebelumnya, kemudian diuji secara statistik (Sarwono, 2013).

3. Uji Kesesuaian Model

Kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap kriteria *goodness of fit*.

- a. **X²- Chi square** Statistik model yang diuji dipandang baik atau memuaskan apabila nilai chi-squarenya kecil. Semakin kecil X² semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas value > 0.05.
- b. ***Goodness-of-fit Index* (GFI)**, ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) hingga 1,0 (*perfect fit*). Nilai lebih dari > 0.90 artinya model fit.
- c. ***Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)**, yang menunjukkan *goodness fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi oleh populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0.08 berarti model fit .
- d. ***Expected Cross Validation Index* (ECVI)**, digunakan untuk perbandingan antar model, semakin kecil semakin baik.
- e. ***Adjusted Goodness-of fit Index* (AGFI)**, dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila nilai AGFI lebih besar dari atau sama dengan 0.09 berarti model fit.
- f. ***Normed Fit Index* (NFI)**, dimana model dikatakan *good fit* apabila lebih besar atau sama dengan 0.90.
- g. ***Tucker-Lewis Index* (TLI)**, merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah > 0.90.

- h. **Comparative fit Index (CFI)**, dimana bila mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan lebih besar atau sama dengan 0.90.
- i. **Incremental fit Index (IFI)**, dimana model dikatakan *good fit* apabila lebih besar atau sama dengan 0.90.
- j. **Relative fit Index (RFI)**, dimana model dikatakan *good fit* apabila lebih besar atau sama dengan 0.90.
- k. **Parsimonious Normed fit Index (PNFI)**, dimana nilai tinggi menunjukkan kecocokan lebih baik, hanya dipergunakan untuk perbandingan pada model alternatif. Nilai PNFI lebih besar atau sama dengan 0.90.
- l. **Parsimonious GFI (PGFI)** dimana model dikatakan *good fit* apabila lebih besar atau sama dengan 0.90.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis berdasarkan signifikan antar variabel pada $\alpha=5\%$:

1. Pasar rasional berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah
 $H_o: \beta_1 = 0$ (tidak berpengaruh)
 $H_a: \beta_1 \neq 0$ (berpengaruh)
2. Pasar emosional berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah
 $H_o: \beta_1 = 0$ (tidak berpengaruh)
 $H_a: \beta_1 \neq 0$ (berpengaruh)
3. Pasar spiritual berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah
 $H_o: \beta_1 = 0$ (tidak berpengaruh)
 $H_a: \beta_1 \neq 0$ (berpengaruh)

Uji hipotesis berdasarkan hubungan positif antar variabel pada $\alpha=5\%$:

1. Pasar rasional berpengaruh positif terhadap minat nasabah
 $H_o: \beta_1 < 0$ (tidak berpengaruh)
 $H_a: \beta_1 \geq 0$ (berpengaruh)
2. Pasar emosional berpengaruh positif terhadap minat nasabah
 $H_o: \beta_1 < 0$ (tidak berpengaruh)
 $H_a: \beta_1 \geq 0$ (berpengaruh)
3. Pasar spiritual berpengaruh positif terhadap minat nasabah
 $H_o: \beta_1 < 0$ (tidak berpengaruh)

Yulita Puspitasari, 2017

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MIKRO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$H_0: \beta_1 \geq 0$ (berpengaruh)

5. Analisis CFA Validitas dan Realibilitas

Analisis dari semua indikator memiliki faktor 1 loading (λ) $\geq 0,5$, hal ini menunjukkan bahwa semua indikator pada masing-masing variabel dinyatakan valid. Semua nilai CR $> 0,7$ dan Semua nilai VE $\geq 0,5$ menunjukkan masing-masing variabel memiliki reliabilitas yang baik.

6. Koefisien Variabel Dominan

Variabel dominan ditunjukkan dengan nilai t-hitung yang lebih besar dari batas kritis. Koefisien yang mempunyai nilai besar merupakan faktor yang paling dominan.

