

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Penelitian ini menggunakan variabel laten eksogen yaitu tingkat motivasi menghindari riba (X_1), tingkat pengetahuan (X_2), dan tingkat citra perusahaan (X_3). Penelitian ini menggunakan variabel laten endogen yaitu keputusan nasabah pegadaian syariah (Y). Adapun subjek penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian Syariah yang telah melakukan pembiayaan jasa layanan di Pegadaian Syariah. Pada penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara mendatangi langsung salah satu pegadaian syariah yang berada di kota Bandung. Selain itu, untuk mendapatkan responden dari wilayah lain di luar kota Bandung, peneliti memanfaatkan *google form* yang disebarakan melalui sosial media.

3.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan suatu metode ilmiah yang memiliki data berupa angka-angka yang dikumpulkan melalui pertanyaan terstruktur (Sekaran & Bougie, 2016). Pendekatan kuantitatif memiliki tujuan agar penelitian mencapai objektivitas, kendali dan pengukuran yang tepat (Sudarmanto dkk., 2021).

3.3. Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausalitas. Penelitian deskriptif merupakan sebuah model penelitian yang menjelaskan suatu karakteristik dari sebuah fenomena yang terjadi (Sugiarto, 2022). Studi deskriptif sering dirancang untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik objek (seperti orang, organisasi, produk, atau merek), peristiwa, atau situasi (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian deskriptif dilakukan untuk menggambarkan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu

tingkat motivasi menghindari riba (X1), tingkat pengetahuan (X2), tingkat citra perusahaan (X3), dan keputusan nasabah Pegadaian Syariah (Y).

Sementara penelitian kausalitas merupakan penelitian yang bertujuan untuk mencari hubungan yang bersifat sebab akibat antar konsep, variabel, atau menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dengan terikat (Muhamad, 2008). Dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel tingkat motivasi menghindari riba (X1), tingkat pengetahuan (X2), dan tingkat citra perusahaan (X3), terhadap keputusan nasabah Pegadaian Syariah (Y).

3.4. Definisi *Operational Variable*

Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu tingkat motivasi menghindari riba (X1), tingkat pengetahuan (X2), tingkat citra perusahaan (X3), dan keputusan nasabah Pegadaian Syariah (Y).

Tabel 3. 1
Operational Variable

Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Tingkat motivasi menghindari riba (X1) yaitu dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang untuk menghindari bahaya riba atas dasar ketaatan kepada hukum Allah SWT (Maksum & Nazilah, 2021).	1. Kebutuhan transaksi sesuai syariah	1. Kondisi di mana ketika nasabah melakukan transaksi, lebih mementingkan transaksi yang dilakukan sudah sesuai ketentuan syariah	<i>Interval</i>
	2. Kebutuhan agar hartanya bersih dari riba	2. Kondisi di mana nasabah mementingkan harta yang didapatkan terhindar dari riba	
	3. Pengetahuan tentang riba	3. Seberapa jauh nasabah mengetahui tentang bahaya riba	
Tingkat pengetahuan produk (X2) adalah berbagai jenis pengetahuan, makna dan keyakinan yang dicatat dalam memori	1. Atribut produk	1. Pengetahuan nasabah mengenai karakteristik produk seperti kualitas produk, fitur produk dan rancangan produk.	<i>Interval</i>
	2. Manfaat produk	2. Pengetahuan nasabah mengenai manfaat yang akan didapat baik itu	

Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
konsumen (Peter & Olson, 2000).		manfaat yang bersifat fungsional maupun manfaat psikososial.	
	3. Nilai suatu produk	3. Pengetahuan nasabah mengenai nilai yang terdapat dalam suatu produk yang ingin didapatkan nasabah.	
Citra Perusahaan (X3) adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi (Harrison, 2005).	1. <i>Personality</i>	1. Seberapa tinggi kepribadian PT. Pegadaian Syariah di mata pelanggan	<i>Interval</i>
	2. <i>Reputation</i>	2. Seberapa tinggi reputasi serta nama baik PT. Pegadaian Syariah di mata pelanggan	
	3. <i>Value</i>	3. Seberapa tinggi nilai tanggung jawab PT. Pegadaian Syariah terhadap nasabah, karyawan dan masyarakat secara umum.	
	4. <i>Corporate identity</i>	4. Kondisi nasabah dalam mengetahui atribut PT. Pegadaian Syariah seperti logo, slogan dan lain-lain.	
Keputusan Pembelian (Y) adalah membeli sebuah produk/jasa dengan merek yang paling disukai (Kotler & Armstrong, 2018).	1. Pengenalan masalah	1. Kondisi di mana nasabah merasakan ada suatu permasalahan yang menjadikan kebutuhannya tidak terpenuhi.	<i>Interval</i>
	2. Pencarian informasi	2. Kondisi di mana nasabah mencari informasi untuk menyelesaikan permasalahan kebutuhan yang dihadapinya	
	3. Evaluasi berbagai alternatif	3. Kondisi dimana nasabah mencari berbagai alternatif dari solusi pemenuhan kebutuhannya.	
	4. Keputusan Pembelian	4. Perilaku nasabah dalam memilih solusi pemenuhan kebutuhannya serta melakukan transaksi.	
	5. Perilaku Pasca Pembelian	5. Perilaku nasabah dalam menentukan untuk	

Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		melakukan atau tidak melakukan transaksi lagi.	

3.5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan subyek atau obyek yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Darwin dkk., 2021). Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal yang menarik yang ingin peneliti teliti (Sekaran & Bougie, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian (Persero).

Sementara sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Agung, 2012). Sampel diambil dari bagian populasi atau yang mewakili populasi (Ferdinand, 2014). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah non-probability sampling dengan menggunakan jenis *purposive sampling*. Penarikan sampel pada jenis *purposive sampling* ini dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Sehingga hanya anggota populasi yang memenuhi kriteria tersebut yang dijadikan sampel dalam penelitian (Suryadi dkk., 2019). Adapun kriteria responden yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nasabah PT. Pegadaian Syariah
2. Pernah melakukan transaksi di PT. Pegadaian Syariah
3. Berdomisili di Jawa Barat
4. Usia >25 tahun

Alasan penulis memilih kriteria sampel nasabah PT. Pegadaian Syariah karena penelitian ini berfokus pada perilaku dari nasabah Pegadaian Syariah. Selanjutnya penulis memilih kriteria sampel wilayah Jawa Barat karena dalam Laporan Tahunan PT. Pegadaian tercatat transaksi terbesar berada di Pulau Jawa Barat. Adapun kriteria sampel usia >25 tahun dipilih karena rentang usia >25 Tahun mendominasi nasabah Pegadaian Syariah (PT Pegadaian, 2021b).

Untuk mengetahui cara pengambilan sampel karena jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga penulis menggunakan metode yang dikemukakan oleh Hair, et., al (2013) yang mana ukuran sampel harus sama atau lebih besar dari:

1. 10 kali jumlah terbesar dari indikator formatif mengukur satu konstruksi, atau
2. 10 kali jumlah terbesar jalur struktural yang diarahkan pada konstruksi tertentu dalam model structural.

Berdasarkan keterangan tersebut diketahui perolehan minimal sampel melihat dari jumlah indikator formatif terbesar pada variabel yang ada dan sampel yang diambil dihitung menggunakan 10 kali dari total indikator formatif yang ada pada setiap variabel, indikator formatif terbesar yaitu pada variabel keputusan nasabah, di mana jumlahnya adalah sepuluh indikator formatif sehingga dimasukkan ke formula di bawah ini:

$$(V_1 + V_2 + V_3 + \dots + V_n) \times 10 = n$$

Keterangan:

N = Ukuran Sampel

V_n = jumlah indikator tiap variabel

Dari metode tersebut didapatkan perolehan minimal sampel sebagai berikut:

$$(10) \times 10 = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode Hair, dkk., (2013) minimal sampel yang dibutuhkan yaitu sebanyak 100 responden, dan sampel dihitung dari 10 kali dari total indikator formatif. Pada variabel Motivasi Menghindari Riba terdapat enam indikator formatif pengukuran, pada variabel Pengetahuan Produk terdapat enam indikator formatif, pada variabel Citra Perusahaan terdapat sembilan indikator formatif, pada variabel Keputusan Nasabah terdapat sepuluh indikator formatif, sehingga untuk mendapatkan perolehan maksimal sampel dimasukkan ke dalam formula di bawah:

$$(6 + 6 + 9 + 10) \times 10 = 310$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode Hair, dkk., (2013) jumlah maksimal sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 310 responden, namun jumlah responden yang berhasil diperoleh sebanyak 190 dalam

3.6. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam bagian ini, akan dijelaskan mengenai teknik pengujian instrumen dalam penelitian dan teknik pengumpulan data.

Afifah Astari Nurwandi, 2022

KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN GADAI DI PEGADAIAN SYARIAH: ANALISIS MOTIVASI MENGHINDARI RIBA, PENGETAHUAN PRODUK DAN CITRA PERUSAHAAN

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

3.6.1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam proses pengumpulan data (Juliandi dkk., 2014). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui angket atau kuesioner yang diisi oleh responden sesuai dengan kriterianya. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan kepada responden (Agung, 2012). Penggunaan kuesioner sangat populer dalam penelitian karena dapat menjangkau responden dengan jumlah besar serta dapat mengungkap banyak hal yang berguna bagi penelitian (Suryadi dkk., 2019). Penyebaran kuesioner dilakukan melalui platform google form dengan menggunakan skala *semantic diferensial*.

Pengukuran instrumen dikembangkan dengan menggunakan skala semantic differential. Skala ini dirancang oleh Osgood untuk meneliti maksud dari sebuah konsep (Juliandi dkk., 2014). Semantik differential digunakan untuk menilai sikap responden terhadap merek tertentu, iklan, objek, atau individu (Sekaran & Bougie, 2016). Skala ini tersusun dalam bentuk satu garis kontinum dengan jawaban positif berada di kanan garis dan jawaban negatif berada di bagian kiri garis (Agung, 2012).

Sangat Tidak Setuju

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Sangat Setuju

3.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat secara langsung melalui penyebaran kuesioner. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada.

1. Angket/kuesioner, yakni penyebaran daftar pertanyaan kepada responden penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian Syariah yang berjumlah 100 - 310 responden. Cara menyebarkan kuesioner penelitian menggunakan media sosial *WhatsApp* dan *Instagram* melalui *google form*. Selain itu digunakan juga angket secara fisik dan mendatangi langsung salah satu pegadaian syariah yang berada di kota Bandung. Waktu penyebaran

kuesioner dan pengambilan data lapangan dilakukan selama 14 hari terhitung dari tanggal 4 Juli sampai 18 Juli 2022. Jumlah kuesioner yang didapatkan dari lapangan sebanyak 87 kuesioner dan sebanyak 103 kuesioner diperoleh melalui penyebaran *gform*.

2. Studi kepustakaan yaitu teknik mengumpulkan data dengan cara menganalisis dan memahami dari berbagai sumber yang relevan seperti jurnal, buku, laporan tahunan PT. Pegadaian (Persero), laporan perkembangan keuangan Syariah pada *website* Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan literatur jenis lainnya yang menyangkut tentang motivasi menghindari riba, pengetahuan produk, citra perusahaan dan keputusan nasabah.

3.7. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk menguji setiap instrumen penelitian agar dapat diketahui apakah instrumen penelitian tersebut benar-benar tepat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Statistical Product and Service Solution V.21* (SPSS) dengan teknik *corrected item total correlation*.

Menurut Purwanto (2018) untuk mengetahui apakah butir-butir soal kuesioner untuk variabel-variabel tersebut valid atau tidak, maka kita cukup memperhatikan nilai yang ada dalam Tabel "*Corrected Item-Total Correlation*". Dalam uji validitas, nilai *corrected item total correlation* ini disebut juga sebagai *r* hitung. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *r* hitung $>$ *r* Tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
2. Sementara, jika nilai *r* hitung $<$ *r* Tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

Adapun nilai *r* Tabel untuk $\alpha = 0,05$, $n = 50$, $df = n-2 = 50-2 = 48$, adalah 0,285. Hasil data pengujian dapat dilihat pada Tabel 3.2

Tabel 3. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Motivasi Menghindari Riba

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
MMR 1	Tingkat kebutuhan saya dalam bermuamalah sesuai ketentuan syariah	0.550	0.285	VALID
MMR 2	Tingkat kebutuhan saya terhadap transaksi gadai sesuai syariat Islam	0.387	0.285	VALID
MMR 3	Tingkat kebututuhan saya terhadap harta yang diporeleh agar terhindar dari riba	0.576	0.285	VALID
MMR 4	Kepentingan atas keberkahan harta yang didapatkan dari transaksi di Pegadaian Syariah	0.401	0.285	VALID
MMR 5	Tingkat pengetahuan saya terhadap hukum dan dosa Riba (bunga bank)	0.487	0.285	VALID
MMR 6	Tingkat pengetahuan saya mengenai akad-akad (kontrak pembiayaan) yang dipakai dalam produk Pegadaian Syariah sudah terhindari dari riba	0.442	0.285	VALID

Sumber: Output Pengelohan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada tabel 3.2, diketahui bahwa pertanyaan kuesioner pada variabel tingkat motivasi menghindari riba tidak mengalami masalah pada uji validitas. Maka dapat dikatakan pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu variabel yang diteliti. Selanjutnya

untuk hasil pengujian validitas variabel tingkat pengetahuan produk dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan Produk

No	Indikator	Corrected Item-Total Corelation	R Tabel	Keterangan
PP 1	Tingkat pengetahuan saya mengenai jenis-jenis produk yang ditawarkan di Pegadaian Syariah	0.541	0.285	VALID
PP 2	Tingkat pengetahuan saya mengenai perbedaan jenis-jenis produk yang ada di Pegadaian Syariah dengan Pegadaian Konvensional	0.670	0.285	VALID
PP 3	Tingkat ketidaktahuan saya mengenai manfaat produk yang ada di Pegadaian Syariah	0.668	0.285	VALID
PP 4	Tingkat pemahaman saya terkait penjelasan yang diberikan petugas mengenai manfaat produk	0.743	0.285	VALID
PP 5	Tingkat pengetahuan saya mengenai keunggulan produk yang ada di Pegadaian Syariah	0.675	0.285	VALID
PP 6	Tingkat kepercayaan saya bahwa produk Pegadaian Syariah akan membawa dampak positif	0.617	0.285	VALID

Sumber: Output Pengelohan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada tabel 3.3, diketahui bahwa pertanyaan kuesioner pada variabel tingkat pengetahuan produk tidak mengalami masalah pada uji validitas. Maka dapat dikatakan pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu variabel yang diteliti. Selanjutnya untuk hasil pengujian validitas variabel tingkat citra perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Citra Perusahaan

No	Indikator	Corrected Item-Total Corelation	R Tabel	Keterangan
CP 1	Tingkat kepercayaan saya terhadap keamanan barang yang saya gadaikan di Pegadaian Syariah	0.747	0.285	VALID
CP 2	Tingkat tanggung jawab sosial Pegadaian Syariah kepada nasabah dan masyarakat	0.688	0.285	VALID
CP 3	Reputasi Pegadaian Syariah di mata masyarakat	0.772	0.285	VALID
CP 4	Tingkat prestasi/kinerja/keberhasilan Pegadaian Syariah di mata masyarakat	0.841	0.285	VALID
CP 5	Pegadaian Syariah memiliki nilai-nilai yang berbeda dengan Pegadaian Konvensional	0.561	0.285	VALID
CP 6	Tingkat kepedulian Pegadaian Syariah terhadap kebutuhan nasabah, masyarakat dan lingkungan.	0.470	0.285	VALID

CP 7	Tingkat kecepatan Pegadaian Syariah dalam menangani keluhan nasabah.	0.747	0.285	VALID
CP 8	Logo Pegadaian Syariah menarik	0.633	0.285	VALID
CP 9	Slogan Pegadaian Syariah mudah di ingat	0.328	0.285	VALID

Sumber: Output Pengelohan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada tabel 3.4, diketahui bahwa pertanyaan kuesioner pada variabel tingkat citra perusahaan tidak mengalami masalah pada uji validitas. Maka dapat dikatakan pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu variabel yang diteliti. Selanjutnya untuk hasil pengujian validitas variabel tingkat keputusan nasabah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. 5
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Keputusan Nasabah

No	Indikator	Corrected Item-Total Corelation	R Tabel	Keterangan
KN 1	Tingkat kebutuhan saya akan dana mendesak	0.419	0.285	VALID
KN 2	Tingkat keyakinan saya bahwa pegadaian syariah dapat menyelesaikan permasalahan dana yang saya alami	0.528	0.285	VALID
KN 3	Usaha yang saya lakukan dalam mencari informasi lembaga keuangan lain	0.602	0.285	VALID

KN 4	Usaha yang saya lakukan dalam mencari informasi produk dan citra perusahaan sebelum memilih Pegadaian Syariah	0.349	0.285	VALID
KN 5	Tingkat pertimbangan saya dalam memilih alternatif lembaga keuangan lain selain Pegadaian syariah	0.631	0.285	VALID
KN 6	Tingkat kesulitan yang saya rasakan dalam memilih Lembaga keuangan ketika membutuhkan dana mendesak	0.492	0.285	VALID
KN 7	Tingkat pengaruh orang terdekat dalam memutuskan untuk mengambil pembiayaan di Pegadaian Syariah	0.518	0.285	VALID
KN 8	Mengambil pembiayaan di Pegadaian Syariah merupakan keputusan yang tepat	0.455	0.285	VALID
KN 9	Tingkat keputusan saya untuk melakukan transaksi ulang/mengambil pembiayaan lagi di Pegadaian Syariah	0.576	0.285	VALID
KN 10	Tingkat keputusan saya untuk merekomendasikan Pegadaian syariah kepada orang lain	0.494	0.285	VALID

Sumber: Output Pengelohan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada tabel 3.5 diketahui bahwa pertanyaan kuesioner pada variabel tingkat keputusan nasabah tidak mengalami masalah pada uji validitas. Maka dapat dikatakan pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu variabel yang diteliti.

Setelah melakukan uji validitas, instrumen harus melewati uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk melihat bahwa instrumen penelitian dapat menghasilkan hasil yang sama walaupun digunakan berkali-kali (Angga Hidayat & Sadewa, 2020). Uji reliabilitas variabel penelitian dilakukan pada *Statistical Product and Service Solution V.21* (SPSS) dengan metode split-half. Adapun dasar keputusan uji reliabilitas (Raharjo, 2019):

1. Jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > r Tabel, maka instrumen penelitian dikatakan reliabel.
2. Jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* < r Tabel, maka instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel. Selanjutnya mengenai kriteria pengujian reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel dengan melihat nilai dari koefisien *Cronbach's Alpha*. Jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka instrumen dinyatakan reliabel (Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilitas.

Tabel 3. 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R Tabel	Keterangan
Motivasi Menghindari Riba	0,786	0,6	Reliabel
Pengetahuan Produk	0,847	0,6	Reliabel
Citra Perusahaan	0,884	0,6	Reliabel
Keputusan Nasabah	0,731	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada Tabel, diketahui bahwa pada seluruh variabel Motivasi Menghindari Riba (X1), Pengetahuan Produk (X2), Citra Perusahaan (X3), dan Keputusan Nasabah (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

Pertanyaan pertama dalam penelitian ini dapat dijawab dengan menggunakan analisis deskriptif tingkat motivasi menghindari riba, pengetahuan, dan citra perusahaan terhadap keputusan nasabah.

Pada umumnya, prosedur atau tahapan yang dilakukan untuk mengelola datanya adalah sebagai berikut:

1. *Editing* (Pemeriksaan)

Dalam proses editing dilakukan dengan cara memeriksa kembali data yang telah diisi oleh responden, pemeriksaan yang dilakukan ini berupa memeriksa kembali kelengkapan dan kejelasan pengisian angket secara keseluruhan.

2. *Coding* (*Proses Pemberian Identitas*)

Coding adalah mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari para responden ke dalam kategori-kategori, yang biasanya klasifikasi dilakukan dengan cara memberi tanda atau kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban.

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 semantic differential scale dengan bobot yang disesuaikan dengan kategori jawabannya.

4. *Tabulating*

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 adalah mengategorikan setiap variabel sebelum data dianalisis lebih lanjut untuk menjawab setiap rumusan hipotesis. Adapun untuk pengkategorian variabel yang digunakan dengan rumus sebagai berikut:

Tabel 3. 7
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 teoritis (skor maks – skor min/6)

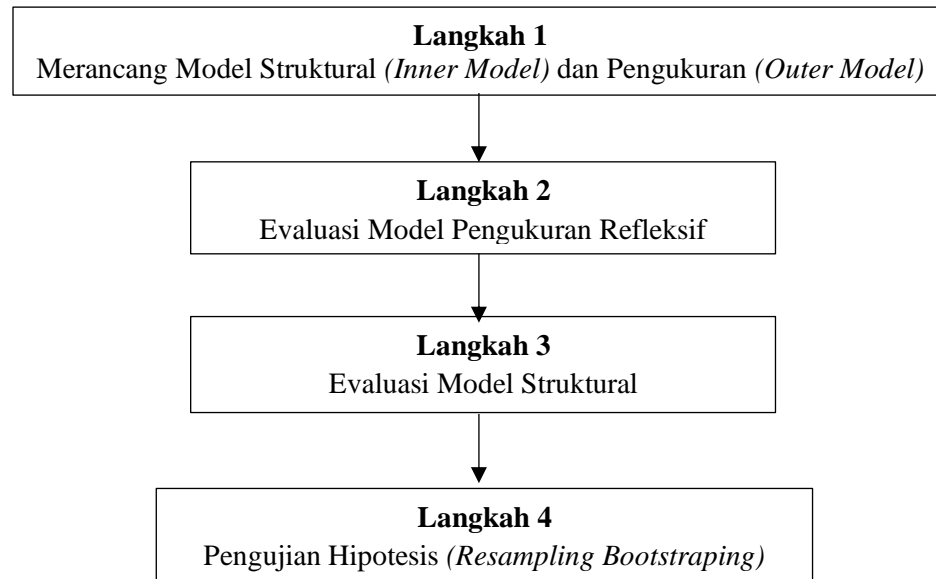
3.8.2. Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

Analisis data merupakan tahapan selanjutnya setelah memperoleh data. Pada Tahap ini akan memperoleh kebenaran dari data yang ada, sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Setelah mendapatkan jawaban dari para responden maka langkah selanjutnya adalah mengolah data penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS).

PLS merupakan analisis persamaan struktural (SEM) yang berbasis varian, secara simultan. Dalam SEM-PLS Model pengukuran digunakan sebagai pengujian validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan sebagai pengujian kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi) (Ghozali 2014). PLS bertujuan untuk memprediksi pengaruh variabel X terhadap Y dan menjelaskan hubungan teoretis di antara kedua variabel (*casual-predictive*) dalam situasi kompleksitas yang tinggi dengan dukungan teori yang rendah (Abdillah and Hartono 2014).

Alasan menggunakan SEM-PLS yaitu tujuan penelitian untuk kepentingan memprediksi model, tidak berpaku pada banyak uji asumsi dan karena peneliti

cenderung menggunakan data yang lebih kecil. PLS juga digunakan untuk mengetahui pengaruh indikator-indikator dalam sebuah variabel secara spesifik. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data menggunakan metode PLS adalah sebagai berikut (Ghozali 2014):



Gambar 3. 1
Tahapan Pengujian PLS-SEM

1. Merancang model struktural (*inner model*) dan pengukuran (*outer model*)

Inner model yang disebut juga dengan *structural model*, *inner reaction* dan *substantive theory* berfungsi menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory*. Model persamaan dari *inner model* adalah sebagai berikut:

$$D = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

D menggambarkan vektor variabel laten endogen (dependen), ξ adalah vektor variabel laten eksogen, ζ adalah vektor variabel residual (*unexplained variance*). Pada dasarnya PLS mendesain model *recursive*, maka hubungannya antar variabel laten, setiap variabel laten dependen D , atau sering disebut dengan causal chain system dari variabel laten dapat dispesifikasikan berikut ini:

$$D_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

β_{ji} dan γ_{jb} merupakan koefisien jalur yang menghubungkan predictor endogen dan laten eksogen ξ dan η sepanjang range I dan b, dan ζ_j adalah inner residual variabel. Adapun variabel laten dalam penelitian ini yaitu keputusan nasabah, sedangkan untuk variabel laten eksogennya adalah motivasi menghindari riba, pengetahuan dan citra perusahaan.

Langkah selanjutnya ialah menentukan variabel laten sebagai variabel yang membangun dalam inner model adalah merancang outer model. Outer relation atau measurement model adalah suatu model yang menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Dalam penelitian ini, blok indikator yang digunakan ialah blok indikator refleksif dengan persamaan sebagai berikut:

$$X = \Lambda_x \xi + \epsilon_x$$

$$Y = \Lambda_y \eta + \epsilon_y$$

X dan Y dalam model tersebut adalah indikator atau manifes variabel untuk variabel laten eksogen dan endogen, ξ dan η , sedangkan Λ_x dan Λ_y adalah matriks loading yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya. Sementara itu, ϵ_x dan ϵ_y menggambarkan simbol kesalahan pengukuran atau noise.

Dalam penelitian ini, outer model dibangun berdasarkan indikator-indikator yang telah disebutkan sebelumnya, yang mana variabel endogen keputusan nasabah pegadaian dibangun oleh lima indikator (KNP1, KNP2, KNP3, KNP4, KNP5), variabel eksogen motivasi menghindari riba dibangun oleh tiga indikator (MMR1, MMR2, MMR3), variabel eksogen tingkat pengetahuan dibangun oleh tiga indikator (P1, P2, P3), variabel eksogen citra perusahaan dibangun oleh empat indikator (CP1, CP2, CP3, CP4).

2. Evaluasi model pengukuran refleksi

PLS tidak mengasumsi adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter, sehingga teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak perlu dilakukan. Model pengukuran dengan indikator refleksif dievaluasi dengan cara convergent dan discriminant validity dari indikator dan composite reliability untuk

blok indikator. Hal ini dilakukan untuk memastikan jika measurement yang digunakan itu layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliable). Sehingga dalam evaluasinya akan menganalisis validitas, reliabilitas serta melihat tingkat prediksi setiap indikator terhadap variabel laten dengan menganalisis hal berikut:

- a. *Convergent validity* yaitu suatu model ukur dengan reflektif indikator yang dinilai dari korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksi individual ini dikatakan tinggi apabila nilainya lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun menurut Chin dikutip dalam (Ghozali 2014) mengungkapkan bahwa untuk penelitian tahap awal nilai *loading* 0,5-0,6 dianggap cukup baik. *Convergent validity* adalah alat yang digunakan untuk mengukur validitas reflektif sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat melalui nilai *outer loadings* dari masing-masing indikator variabel (Juliana 2017).
- b. *Discriminant Validity*, uji ini dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk atau dengan kata lain melihat tingkat prediksi konstruk laten terhadap blok indikatornya. Untuk melihat baik tidaknya prediksi variabel laten terhadap blok indikatornya dapat dilihat pada nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)*. Prediksi dikatakan memiliki nilai AVE yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE setiap variabel laten lebih besar dari korelasi antar variabel laten.
- c. *Composite Reliability*, pengujian ini dilakukan untuk mengukur internal konsistensi atau mengukur reliabilitas model pengukuran dan nilainya harus di atas 0.70. *Composite reliability* merupakan uji alternatif lain dari *cronbach's alpha*, apabila dibandingkan hasil pengujiannya maka *composite reliability* lebih akurat daripada *cronbach's alpha*.

3. Evaluasi model struktural

Model struktural atau inner model dilakukan untuk memastikan model struktural yang dibangun *robust* dan akurat. Model ini dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. Analisis R-Square (R^2) untuk variabel laten endogen yaitu hasil R-square sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat”, dan “lemah”. Tujuan dari uji ini ialah untuk menjelaskan besarnya proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Interpretasinya yaitu perubahan nilai R-Square digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantive.
- b. Analisis *Multicollinearity* yaitu pengujian ada tidaknya multikolinearitas dalam model PLS-SEM yang dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* < 0.20 atau nilai VIF > 5 maka diduga terdapat multikolinearitas (Garson 2016) .
- c. Analisis F^2 untuk *effect size* yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten. Nilai F^2 sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 mengindikasikan prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat struktural.
- d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance* yaitu analisis untuk mengukur seberapa baiknya nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Jika nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Rumus untuk mencari nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2)(1 - R^2)$$

- e. Analisis Goodness of Fit (GoF), berbeda dengan SEM berbasis kovarian, dalam SEM-PLS pengujian GoF dilakukan secara manual karena tidak termasuk dalam *output* SmartPLS. Menurut Tenenhaus dalam (Hussein 2015) kategori nilai GoF yaitu 0.1, 0.25 dan 0.38 yang dikategorikan kecil, medium dan besar. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE} \times \sqrt{R^2}$$

4. Pengujian hipotesis (resampling bootstrapping)

Tahap selanjutnya pada pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik atau uji t dengan menganalisis pada hasil bootstrapping atau path coefficients. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dan t Tabel. Apabila t hitung lebih besar dari t Tabel ($t_{hitung} > t_{Tabel}$), maka hipotesis diterima. Selain itu, untuk melihat uji hipotesis dalam PLS-SEM dapat dilihat dari nilai p-value, apabila nilai p-value lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dan begitu pun sebaliknya (Hair, et al. 2017). Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta = 0$, artinya motivasi menghindari riba tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

$H_A : \beta > 0$, artinya motivasi menghindari riba berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

b. Hipotesis Kedua

$H_0 : \beta = 0$, artinya pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

$H_A : \beta > 0$, artinya pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

c. Hipotesis Ketiga

$H_0 : \beta = 0$, artinya citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

$H_A : \beta > 0$, artinya citra perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.