

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek yang hendak diteliti adalah pembiayaan Mitraguna Bank Syariah Indonesia. Dalam penelitian ini, terdapat variabel laten endogen serta variabel laten eksogen. Variabel laten endogen adalah variabel yang hendak diamati variasinya ataupun variabel yang menjadi pusat atensi dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel laten endogen berupa tingkat minat nasabah *payroll* Bank Syariah Indonesia terhadap pembiayaan Mitraguna (MN). Variabel laten eksogen merupakan variabel yang dapat menjelaskan variasi variabel laten endogen. Penelitian ini akan menggunakan empat variabel laten eksogen yaitu tingkat margin (TM), tingkat promosi (TP), tingkat pengetahuan nasabah (PN), tingkat *halal awareness* (HA), dan tingkat kepercayaan (TK) sebagai variabel *intervening*. Ada pula subjek penelitian ini merupakan nasabah *payroll* BSI Jawa Barat. Penelitian dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner memakai *google form* yang disebar di sosial media.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode ilmiah yang digunakan untuk mengkaji fenomena yang dapat diukur dalam bentuk angka atau data numerik, yang kemudian dapat diproses dan dianalisis menggunakan teknik statistik (Sekaran & Bougie, 2017). Pendekatan kuantitatif menganggap perilaku seseorang dapat diukur dengan nilai. Data yang dikumpulkan dapat dikuantitatifkan dengan menghitung atau mengukur. Data dalam pendekatan kuantitatif berupa angka bukan berupa kata-kata. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengungkap fenomena lepas dari konteksnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan metode survei, yaitu dengan memilih sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pertanyaan dalam kuesioner dirancang secara terstruktur dengan kategorisasi menggunakan angka atau bilangan.

3.3 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dan kausalitas. Desain penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang fenomena yang diteliti, sementara kausalitas melibatkan penelitian hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat margin (TM), tingkat promosi (TP), tingkat pengetahuan nasabah (PN), tingkat *halal awareness* (HA), tingkat kepercayaan (TK) dan tingkat minat nasabah *payroll* BSI terhadap pembiayaan Mitraguna (MN).

3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel

Pada bagian ini akan dipaparkan definisi operasional. Penyusunan definisi operasional diperlukan agar memudahkan pengukuran konsep yang akan diamati. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian tingkat margin (TM), tingkat promosi (TP), tingkat pengetahuan nasabah (PN), tingkat *halal awareness* (HA), tingkat kepercayaan (TK), dan minat nasabah *payroll* BSI terhadap pembiayaan mitraguna (PM).

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
Minat (MN) adalah suatu kecenderungan atau tema yang berkelanjutan tentang ketertarikan terhadap suatu bidang atau objek tertentu dan merasa senang terlibat dalam hal tersebut (Layaman & Nilamsari, 2018).	a. <i>Attention</i> (Kotler & Keller, 2016).	Tingkat perhatian akan produk pembiayaan Miraguna.	Interval
	b. <i>Desire</i> (Kotler & Keller, 2016).	Tingkat keinginan untuk mengajukan produk pembiayaan Mitraguna.	
	c. <i>Interest</i> (Kotler & Keller, 2016).	Tingkat ketertarikan mendapatkan informasi akan produk pembiayaan Mitraguna.	
	d. Refensial (Wonok dkk., 2018).	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan produk pembiayaan Mitraguna kepada orang lain.	
Margin (TM) adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada sektor distribusi atau sebagai harga layanan yang	a. Kondisi perekonomian (Aniga, 2016).	Tingkat margin sesuai dengan kondisi perekonomian nasabah.	Interval

Sri Mardiyanti, 2023

MINAT NASABAH *PAYROLL* BSI PADA PEMBIAYAAN MITRAGUNA: ANALISIS MARGIN, PROMOSI, PENGETAHUAN NASABAH, DAN *HALAL AWARENESS* DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

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

diberikan selama proses distribusi. Margin ini mencakup biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses distribusi dan keuntungan yang diperoleh oleh pihak-pihak yang terlibat dalam distribusi (Kim dan Sounghun, 2015).	b. Risiko Pembiayaan (Aniga, 2016).	Tingkat margin pembiayaan setara dengan risiko pembiayaan.	
	c. Keunggulan kompetitif (Wulandari, 2017).	Tingkat margin yang ditetapkan memiliki keunggulan kompetitif.	
	d. Karakteristik yang berbeda (Wulandari, 2017).	Tingkat margin yang ditetapkan memiliki karakteristik yang berbeda.	
Promosi (TP) adalah upaya untuk mengiklankan atau menawarkan produk atau layanan dengan tujuan membujuk calon pelanggan untuk membeli atau mengkonsumsi (Zebuta, 2016).	a. Waktu promosi (Amalita & Rahma, 2022).	Waktu promosi cukup untuk memahami produk.	Interval
	b. Pesan promosi (Kotler & Keller, 2016).	Tingkat penerimaan pesan promosi produk.	
	c. Penjualan personal (Alma, 2016).	Komunikasi karyawan dalam menjelaskan informasi.	
	d. Periklanan (Alma, 2016).	Kelengkapan informasi yang disampaikan.	
Pengetahuan nasabah (TN) adalah pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah tentang produk dan layanan perbankan yang tersedia, serta aturan dan prosedur terkait dengan penggunaannya (Firmansyah, 2018).	a. Pengetahuan hukum syariah (Ali dkk, 2018).	Tingkat pengetahuan hukum syariah.	Interval
	b. Pengetahuan produk atau layanan (Hua dkk., 2019).	Tingkat pengetahuan produk pembiayaan Mitraguna.	
	c. Kemampuan membandingkan produk (Scheresberg dkk., 2021).	Tingkat kemampuan membandingkan produk.	
<i>Halal awareness</i> (HA) adalah kesadaran dan komitmen bank dalam memastikan kehalalan produk dan layanan yang mereka tawarkan kepada nasabah muslim (Nabil & Yusoff, 2020).	a. Pengetahuan tentang halal/ribawi (Juliana dkk., 2022).	Tingkat pengetahuan barang ribawi.	Interval
	b. Sadar akan halal (Juliana dkk., 2022).	Tingkat kesadaran halal produk dan layanan.	
	c. Transparansi informasi tentang produk dan layanan yang disediakan (Hamid dkk., 2019).	Tingkat transparansi informasi produk dan layanan.	
Kepercayaan (TK) adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada	a. Dapat dipercaya (Bakhtiar dkk., 2020).	Tingkat kejujuran karyawan dalam memberikan informasi.	Interval

Sri Mardiyanti, 2023

MINAT NASABAH PAYROLL BSI PADA PEMBIAYAAN MITRAGUNA: ANALISIS MARGIN, PROMOSI, PENGETAHUAN NASABAH, DAN HALAL AWARENESS DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

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

beberapa faktor interpersonal dan organisasi seperti kompetensi, integritas, kebaikan dan kejujuran (Kotler & Keller, 2016).	b. Integritas (<i>Integrity</i>) (Andesra, 2019).	Tingkat kepercayaan nasabah terhadap prinsip-prinsip yang diberikan.
	c. Kebaikan (<i>Benevolence</i>) (Andesra, 2019).	Tingkat kepercayaan nasabah melihat kemauan perbankan dalam memberikan kepuasan.
	d. Kemauan (<i>Ability</i>) (Andesra, 2019).	Tingkat kejujuran karyawan dalam kemampuan yang diberikan.

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

3.5.1 Populasi

Populasi merujuk pada sekelompok subjek atau objek yang memiliki karakteristik atau sifat tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti untuk diteliti dan diambil kesimpulan (Darwin dkk., 2021). Populasi merujuk pada kelompok individu, peristiwa, atau entitas yang menarik minat peneliti dan ingin diteliti secara mendalam (Sekaran & Bougie, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah *payroll* BSI yang ada di Provinsi Jawa Barat.

3.5.2 Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2017) sampel ialah sebagian dari populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebagian dari jumlah nasabah *payroll* BSI yang ada di Provinsi Jawa Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purpose sampling*, yaitu metode *non-probability sampling* di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Dalam hal ini, sampel dibatasi pada kelompok individu tertentu yang memiliki informasi yang relevan atau memenuhi kriteria-kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017).

Ada pula persyaratan yang dibutuhkan untuk responden diantaranya:

1. Nasabah *payroll* BSI yang berdomisili di Jawa Barat.
2. Nasabah *payroll* BSI yang belum maupun yang berminat untuk mengajukan pembiayaan Mitraguna.
3. Nasabah *payroll* BSI dengan umur 25-50 tahun.

Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil, pada penelitian ini digunakan rumus Hair dkk (2017) untuk menentukan ukuran sampel. Mengingat ukuran populasi tidak diketahui, ukuran sampel harus lebih besar atau setidaknya sama dengan nilai tertentu.:

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 struktural.

Dari informasi tersebut dapat diketahui bahwa pengambilan sampel minimum dapat dilihat dari jumlah indeks maksimum untuk setiap variabel yang ada, dan sampel yang diambil dapat dihitung dengan menggunakan 10 kali jumlah indeks untuk setiap variabel. Indikator terbesar adalah tingkat margin, tingkat kepercayaan, dan tingkat promosi dengan empat indikator dapat dimasukkan dalam rumus berikut:

$$(V1 + V2 + V3+. . .) \times 10 = n$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

Vn = Jumlah Indikator tiap Variabel

Dari metode tersebut didapatkan perolehan minimal sampel sebagai berikut:

$$(4) \times 10 = 40$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dari rumus Hair dkk (2017) maka sampel minimum yang diperlukan yaitu sebanyak 50 responden, dan sampel dapat dihitung dari 10 kali dari total indikator. Pada variabel tingkat margin terdapat empat indikator, pada variabel tingkat promosi terdapat empat indikator, pada variabel tingkat pengetahuan nasabah terdapat tiga indikator, pada variabel *halal awareness* terdapat tiga indikator, dan pada variabel tingkat kepercayaan terdapat empat indikator, dan untuk variabel tingkat minat nasabah *payroll* terdapat empat indikator, dapat dimasukkan ke dalam formula di bawah:

$$(4+4+4+3+3+4) \times 10 = 220$$

Maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini dilihat pada indikator sebesar 22 dikali 10, yaitu 220 sampel.

3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Bagian ini menjelaskan teknik pengumpulan data dan alat penelitian.

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer merujuk pada data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli melalui penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah *payroll* BSI yang belum maupun yang berminat untuk mengajukan pembiayaan Mitraguna BSI dengan maksimal 220 responden. Cara yang dilakukan untuk menyebarkan kuesioner penelitian ini melalui media sosial seperti *Whatsapp*, *Line*, *Facebook*, *Instagram* melalui *google form*. Salah satu pendekatan lain yang digunakan adalah studi pustaka yang melibatkan analisis dan penelusuran literatur yang relevan, seperti buku dan jurnal, yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.6.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Menurut Sekaran & Bougie (2017) Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang disiapkan sebelumnya, di mana responden diminta untuk mencatat jawaban mereka, biasanya dalam bentuk alternatif yang jelas. Kuesioner efisien digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam studi deskriptif. Kuesioner disebar dalam bentuk *google form* kemudian disebar melalui sosial media dengan menggunakan skala *semantic differential* (diferensial semantik).

Skala diferensial semantik, yang dikembangkan oleh Osgood, digunakan untuk mengevaluasi sikap responden terhadap merek, iklan, objek, atau individu tertentu (Sekaran & Bougie, 2017). Jawaban yang terdiri dari kalimat yang bertentangan dipisahkan di kedua ujungnya dengan garis kontinu yang berisi tujuh angka dari 1 hingga 7 secara berurutan dari kiri ke kanan. Variabel dalam alat survei ini termasuk tingkat margin, tingkat promosi, tingkat pengetahuan nasabah, tingkat *halal awareness*, tingkat minat, dan tingkat kepercayaan.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang penting dalam penelitian, karena data menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu diuji dalam data untuk mendapatkan mutu data yang baik. Tingkat akurasi suatu data tergantung pada instrument pengumpulan data. Instrument yang baik memenuhi dua persyaratan yaitu validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas Instrumen Penelitian

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.26* (SPSS) dengan teknik *corrected item total correlation*.

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 Corelation*". Dalam uji validitas, nilai *corrected item total correlation* ini disebut juga sebagai *r* hitung. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai *r* hitung $>$ *r* tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika nilai *r* hitung $<$ *r* tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

Hasil data pengujian dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Margin

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
TM1	0.676	0.303	Valid
TM2	0.755	0.303	Valid
TM3	0.673	0.303	Valid
TM4	0.695	0.303	Valid
TM5	0.726	0.303	Valid
TM6	0.583	0.303	Valid
TM7	0.762	0.303	Valid
TM8	0.730	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Sri Mardiyanti, 2023

MINAT NASABAH PAYROLL BSI PADA PEMBIAYAAN MITRAGUNA: ANALISIS MARGIN, PROMOSI, PENGETAHUAN NASABAH, DAN HALAL AWARENESS DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

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

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Promosi

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
TP1	0.726	0.303	Valid
TP2	0.716	0.303	Valid
TP3	0.706	0.303	Valid
TP4	0.707	0.303	Valid
TP5	0.693	0.303	Valid
TP6	0.730	0.303	Valid
TP7	0.815	0.303	Valid
TP8	0.840	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Pengetahuan Nasabah

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
PN1	0.599	0.303	Valid
PN2	0.767	0.303	Valid
PN3	0.661	0.303	Valid
PN4	0.721	0.303	Valid
PN5	0.684	0.303	Valid
PN6	0.535	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Halal Awareness

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
HA1	0.886	0.303	Valid
HA2	0.780	0.303	Valid
HA3	0.692	0.303	Valid
HA4	0.722	0.303	Valid
HA5	0.729	0.303	Valid
HA6	0.439	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kepercayaan

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
TK1	0.772	0.303	Valid
TK2	0.780	0.303	Valid
TK3	0.803	0.303	Valid
TK4	0.839	0.303	Valid

Sri Mardiyanti, 2023

MINAT NASABAH PAYROLL BSI PADA PEMBIAYAAN MITRAGUNA: ANALISIS MARGIN, PROMOSI, PENGETAHUAN NASABAH, DAN HALAL AWARENESS DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

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

TK5	0.764	0.303	Valid
TK6	0.755	0.303	Valid
TK7	0.569	0.303	Valid
TK8	0.729	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.7
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Minat Nasabah Payroll

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
MN1	0.549	0.303	Valid
MN2	0.568	0.303	Valid
MN3	0.529	0.303	Valid
MN4	0.652	0.303	Valid
MN5	0.447	0.303	Valid
MN6	0.706	0.303	Valid
MN7	0.458	0.303	Valid
MN8	0.603	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh, hasil dari pengujian pada Tabel 3.2 – 3.7 diketahui bahwa padanilai r hitung lebih besar dari r tabel pada seluruh indikator dari variabel tingkat margin, tingkat promosi, tingkat pengetahuan nasabah, tingkat *halal awareness*, tingkat kepercayaan, dan tingkat minat nasabah *payroll*. Dengan demikian seluruh indikator dinyatakan valid dan lolos uji validitas.

2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Setelah melewati uji validitas, instrumen harus melewati uji selanjutnya, yaitu uji reliabilitas. Suatu instrument dikatakan reliabel dengan melihat nilai dari koefisien *cronbach's alpha*. Jika nilai koefisien *cronbach's alpha* > 0.677 maka instrument dinyatakan reliabel (Ghozali, 2014). Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilita:

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Minat Nasabah Payroll

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R Tabel	Keterangan
Tingkat Margin	0.869	0.677	Reliabel
Tingkat Promosi	0.908	0.677	Reliabel
Tingkat Pengetahuan Nasabah	0.931	0.677	Reliabel
Tingkat <i>Halal Awareness</i>	0.900	0.677	Reliabel

Sri Mardiyanti, 2023

MINAT NASABAH PAYROLL BSI PADA PEMBIAYAAN MITRAGUNA: ANALISIS MARGIN, PROMOSI, PENGETAHUAN NASABAH, DAN HALAL AWARENESS DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

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

Tingkat Kepercayaan	0.915	0.677	Reliabel
Tingkat Minat Nasabah <i>Payroll</i>	0.848	0.677	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada tabel 3.8, diketahui bahwa pada seluruh variabel tingkat margin, tingkat promosi, tingkat pengetahuan nasabah, tingkat *halal awareness*, tingkat kepercayaan, dan tingkat minat nasabah *payroll* memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari nilai *r* tabel, dengan demikian variabel dinyatakan reliabel. Setelah melewati kedua pengujian yakni uji validitas dan uji reliabilitas, penelitian dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu:

3.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian bagaimana pengaruh tingkat margin (TM), tingkat promosi (PM), tingkat pengetahuan nasabah (TN), tingkat *halal awareness* (HA), dan tingkat kepercayaan (TK), sebagai variabel *intervening* terhadap variabel tingkat minat nasabah *payroll* Bank Syariah Indonesia mengajukan pembiayaan Mitraguna (MN). Berikut prosedur dan tahapan yang dilakukan dalam pengelolaan data penelitian adalah sebagai berikut (Sekaran & Bougie, 2017):

1. *Editing* (pemeriksaan)
Proses pengeditan dilakukan dengan memeriksa ulang data yang diisi oleh responden. Cek ini dilakukan dalam bentuk tinjauan kuesioner keseluruhan untuk kelengkapan dan kejelasan kelengkapan.
2. *Coding* (Proses Pemberian Identitas)
Pengkodean melibatkan pengelompokan tanggapan responden ke dalam kategori. Biasanya dikategorikan dengan menempatkan tanda atau kode dalam bentuk angka pada setiap jawaban.
3. *Scoring* (Proses Pemberian Angka)
Scoring yaitu mencetak dan memberikan poin untuk setiap pilihan dalam item yang dipilih responden untuk menjawab pertanyaan. Skor diberikan dengan menghitung berat nilai setiap pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala diferensial semantik dengan bobot yang disesuaikan untuk setiap kategori respons.
4. *Tabulating*
Tabulasi adalah proses mengubah data dari peralatan pengumpulan data menjadi tabel data yang ditinjau secara sistematis atau diuji.

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

Sri Mardiyanti, 2023

MINAT NASABAH *PAYROLL* BSI PADA PEMBIAYAAN MITRAGUNA: ANALISIS MARGIN, PROMOSI, PENGETAHUAN NASABAH, DAN *HALAL AWARENESS* DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

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

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 teoritis (skor min + skor maks/2)

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

3.7.2 Analisis Parsial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Analisis data adalah tahap berikutnya setelah menerima data. Pada tahap ini, data diekstraksi untuk mengungkap kebenaran dan mengambil kesimpulan yang mendukung hipotesis yang diajukan. Setelah menerima respons survei dari responden, langkah selanjutnya adalah memproses data survei. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS).

PLS (*Partial Least Squares*) adalah metode analisis persamaan struktural berbasis varians. Metode ini dapat digunakan untuk menguji model, mengukur variabel, dan menguji hubungan struktural dalam suatu model. Dalam PLS-SEM, model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas variabel, sedangkan model struktural digunakan untuk menguji hubungan kausal antara variabel (Ghozali, 2014). PLS bertujuan untuk memprediksi pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan menjelaskan hubungan antara keduanya (Abdillah & Hartono, 2014).

PLS-SEM digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh indikator-indikator dalam suatu variabel ketika metode lain tidak dapat mengukurnya secara spesifik. Metode ini juga dapat menguji hubungan antara variabel laten dan memberikan estimasi yang akurat, bahkan dengan sampel yang relatif kecil.

Pengujian model struktural PLS ini dilakukan dengan bantuan *software SmartPLS 3.3.9 for windows*. Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan dalam menganalisis data menggunakan metode PLS adalah sebagai berikut:

Sri Mardiyanti, 2023

MINAT NASABAH PAYROLL BSI PADA PEMBIAYAAN MITRAGUNA: ANALISIS MARGIN, PROMOSI, PENGETAHUAN NASABAH, DAN HALAL AWARENESS DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

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

1. Merancang Model Struktural (*Inner Model*) dan Model Pengukuran (*Outer Model*)

Inner model, juga dikenal sebagai *structural model*, *inner reaction*, atau *substantive theory*, digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan teori substansial. 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*, oleh karena itu hubungan antar variabel laten, setiap variabel laten dependen D , atau sering disebut dengan *causal chain system* dari variabel laten dapat di spesifikasikan 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 D sepanjang range I dan b , dan ζ_j adalah inner residual variabel.

Adapun variabel laten endogen dalam penelitian ini adalah tingkat minat nasabah *payroll*, sedangkan untuk variabel laten eksogennya adalah tingkat margin, tingkat promosi, tingkat pengetahuan nasabah, tingkat *halal awareness*, dan tingkat kepercayaan,

Langkah selanjutnya adalah menentukan variabel laten dan merancang outer model. *Outer model*, juga dikenal sebagai *measurement model*, menggambarkan hubungan antara setiap blok indikator dengan variabel laten yang sesuai. Dalam penelitian ini, digunakan blok indikator reflektif dengan persamaan sebagai berikut:

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

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

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*.

2. Evaluasi Model Pengukuran Refleksif

PLS tidak mengasumsikan distribusi tertentu untuk mengestimasi parameter, sehingga tidak perlu menggunakan teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter. Evaluasi model pengukuran dengan indikator reflektif dilakukan melalui validitas konvergen dan diskriminan indikator, serta keandalan komposit untuk blok indikator. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan valid dan reliabel. Dalam evaluasi tersebut, akan dianalisis validitas, reliabilitas, dan tingkat prediksi setiap indikator terhadap variabel laten dengan mempertimbangkan aspek-aspek berikut:

a. *Convergent Validity*

Suatu model ukur dengan refleksif 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. Menurut Chin dikutip dalam (Ghozali, 2014) untuk penelitian tahap awal nilai *outor loading* 0,5-0,6 dianggap cukup baik. Selanjutnya, nilai AVE harus di atas 0,50, yang mana nilai tersebut mengungkapkan bahwa setidaknya factor laten mampu menjelaskan setiap indicator sebesar setengah dari *variance*.

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, nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)*. Prediksi dikatakan memiliki nilai AVE yang baik jika nilai akar kuadrat AVE setiap variabel laten lebih besar dari korelasi antar variabel laten.

c. *Average Variance Extracted (AVE)*

Pengujian untuk menilai rata-rata *communality* pada setiap variabel laten dalam model refleksif. Nilai AVE harus di atas 0.50, yang mana nilai tersebut mengungkapkan bahwa setidaknya faktor laten mampu menjelaskan setiap indikator sebesar setengah dari *variance*.

d. *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*, jika dibandingkan hasil pengujian antara *composite reliability* dan *cronbach's alpha* maka, lebih akurat daripada *cronbach's alpha*.

3. Evaluasi Model Structural

Model struktural atau *inner model* dilakukan untuk memastikan model yang dibangun *robust* (kuat) 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. Penjelasanannya 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:

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE}_x} \sqrt{R^2}$$

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 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), 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. Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat margin tidak berpengaruh negatif terhadap tingkat minat nasabah payroll untuk mengajukan pembiayaan Mitraguna BSI.

$H_a : \beta > 0$, artinya tingkat margin berpengaruh negatif terhadap tingkat minat nasabah payroll BSI pada pembiayaan Mitraguna.

b. Hipotesis Kedua

$H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat promosi tidak berpengaruh positif terhadap tingkat minat nasabah payroll BSI pada pembiayaan Mitraguna.

$H_a : \beta > 0$, artinya tingkat promosi berpengaruh positif terhadap tingkat minat nasabah payroll BSI pada pembiayaan Mitraguna.

- c. Hipotesis Ketiga
 $H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat pengetahuan nasabah tidak berpengaruh positif terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
 $H_a : \beta > 0$, artinya tingkat pengetahuan nasabah berpengaruh positif terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
- d. Hipotesis Keempat
 $H_0 : \beta = 0$, artinya *halal awareness* tidak berpengaruh positif terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
 $H_a : \beta > 0$, artinya *halal awareness* berpengaruh positif terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
- e. Hipotesis Kelima
 $H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
 $H_a : \beta > 0$, artinya tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
- f. Hipotesis Keenam
 $H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat kepercayaan tidak memediasi pengaruh tingkat margin terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
 $H_a : \beta > 0$, artinya tingkat kepercayaan memediasi pengaruh tingkat margin terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
- g. Hipotesis Ketujuh
 $H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat kepercayaan tidak memediasi pengaruh tingkat promosi terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
 $H_a : \beta > 0$, artinya tingkat kepercayaan memediasi pengaruh tingkat promosi terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.
- h. Hipotesis Kedelapan
 $H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat kepercayaan tidak memediasi pengaruh tingkat pengetahuan nasabah terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.

$H_a : \beta > 0$, artinya tingkat kepercayaan memediasi pengaruh tingkat pengetahuan nasabah terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.

i. Hipotesis Kesembilan

$H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat kepercayaan tidak memediasi pengaruh tingkat *halal awareness* terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.

$H_a : \beta > 0$, artinya tingkat kepercayaan memediasi pengaruh tingkat *halal awareness* terhadap tingkat minat nasabah *payroll* BSI pada pembiayaan Mitraguna.