

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Siliwangi yang merupakan pengguna aktif produk Tabungan *Easy Wadiah* dari PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Penelitian ini dilakukan di lingkungan kampus Universitas Siliwangi, dengan pendekatan survei terhadap mahasiswa dari berbagai jurusan yang memenuhi kriteria sebagai pengguna Tabungan *Easy Wadiah*.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Pendekatan ini digunakan karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara variabel independen berupa strategi digital marketing dan variabel dependen berupa minat menabung mahasiswa pada produk Tabungan Easy Wadiah di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.

Menurut Sugiyono (2020), penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan data numerik dan digunakan untuk menguji hipotesis dengan alat analisis statistik. Penelitian ini juga menggunakan metode survei, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden mahasiswa Universitas Siliwangi yang menggunakan produk Tabungan Easy Wadiah,

guna memperoleh data empiris yang dapat diuji secara statistik menggunakan regresi linear sederhana.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Berikut adalah operasionalisasi variabel dari penelitian ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Strategi <i>Digital Marketing</i> (x)	1) Media Sosial	1) Frekuensi unggahan, interaksi pengguna, dan respons admin.	Likert
	2) <i>Content Marketing</i>	2) Kualitas konten, relevansi informasi, edukatif atau promosi.	Likert
	3) <i>E-Mail Marketing</i>	3) Jumlah email promosi, kejelasan isi, dan ajakan menabung.	Likert
	4) <i>Search Engine Optimization</i>	4) Kemudahan pencarian info <i>Easy Wadiah</i> di Google/iklan berbayar.	Likert
	5) <i>Website</i>	5) Aksesibilitas website, tampilan menarik, dan kecepatan informasi	Likert

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Minat Menabung (Y)	1) Ketertarikan	1) Ketertarikan terhadap produk <i>Easy Wadiah</i> .	Likert
	2) Efektif	2) Persepsi efisiensi dan kemudahan menabung.	Likert
	3) Pertimbangan	3) Evaluasi manfaat, kesesuaian, dan nilai produk.	Likert
	4) Keinginan Mencari Informasi	4) Aktif mencari info promo atau fitur <i>Easy Wadiah</i> .	Likert
	5) Minat Membuka Rekening	5) Niat membuka atau mempertahankan tabungan.	Likert
	6) Afektif	6) Perasaan senang, nyaman, percaya terhadap produk.	Likert
	7) Kognitif	7) Pemahaman rasional tentang manfaat tabungan syariah.	Likert

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2025

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan Studi Lapangan yaitu kuisioner. Menurut (Sarmanu, 2019) menyatakan, Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien

bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pernyataan-pernyataan tertutup atau terbuka dan dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang mudah karena peneliti dapat berhubungan langsung dengan responden dan memberikan penjelasan mengenai pernyataan-pernyataan dan kuesioner dapat langsung dikumpulkan setelah selesai dijawab oleh responden. Pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian ini yaitu mengenai Pengaruh strategi (*digital marketing*) pada produk tabungan *Easy Wadiah* terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2017) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut ini adalah penjelasan 5 poin skala likert:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-ragu (R)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Data Primer. Menurut (prof. dr. Sugiyono, 2019) menyatakan, Data primer yaitu data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Sumber data dalam penelitian ini dengan menyebar kuesioner secara langsung kepada nasabah pengguna produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek dan mempunyai kuantitas, karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Namun populasi ini bukan hanya jumlah yang terdapat pada subjek atau objek yang dipelajari, namun juga meliputi seluruh sifat yang dimiliki oleh subjek/objek tersebut. (Alsa, 2020)

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah* sebanyak 34 nasabah (Sumber data diambil dari survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi dari angkatan 2022 - 2024).

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel menurut (Firmansyah et al., 2021) mengemukakan bahwa :
 “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)”.

Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-probability* dengan teknik *purposive Sampling*. (Irfan Syahroni, 2022) mengemukakan bahwa teknik *purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

1. *Non-probability Sampling* *Non-probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berikut ini adalah jenis-jenis dari *Non-probability Sampling* (Sugiyono, 2017).

2. *Sampling* Jenuh

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sample apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh yang termasuk dalam *non probability sampling*. *Sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. *Sampling* jenuh ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat

generalisasi dengan kesalahan sangat kecil. Istilah lain sampling jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan Rumus *Sensus*.

$$n = N$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

Jumlah populasi yang dipilih adalah Nasabah Pengguna Tabungan *Easy Wadiah* tepatnya pada Bank Syariah Indonesia yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 34 Nasabah, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah :

$$n = N$$

$$n = 34$$

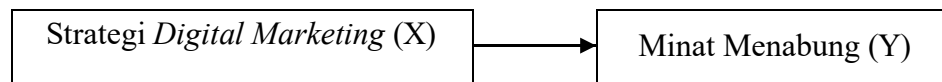
Sampel yang diperoleh yaitu sebanyak 34 penulis akan mengambil sampel sebanyak 34 nasabah pengguna Tabungan *Easy Wadiah* Bank Syariah Indonesia dari 34 orang dari populasi yang ada atau seluruh populasi diambil sebagai sampel.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian menurut (Sarmanu, 2019) yaitu pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti yang sekaligus menverminkan jenis yang perlu dijawab melalui penelitian.

Model Penelitian menggambarkan hubungan antara variabel independen (*Strategi Digital Marketing*) dengan variabel independen (*Minat Menabung*). Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

Tabel 3.1 Model Penelitian



Keterangan:

X = Variabel *independent* (Bebas)

Y = Variabel *dependent* (Terikat)

3.2.5 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2011) “*validitas* merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Uji validitas dilakukan untuk menentukan validitas data kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Uji ini dilakukan menggunakan versi 20 dari software SPSS dan metode koreksi korelasi total dengan taraf signifikan 10% dengan uji satu sisi. Item dapat dinyatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, dan tidak valid jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$.

b) Uji *Reabilitas*

Menurut (Sugiyono, 2017) uji reliabilitas merupakan tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Teknik *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $>0,70$.

c) Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau meringkas data secara numerik atau visual tanpa membuat kesimpulan yang melampaui data yang dianalisis (Gravetter & Wallnau, 2017). Studi deskriptif digunakan untuk memahami bagaimana strategi pemasaran digital Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung. Ini dilakukan dalam konteks strategi pemasaran digital bank syariah tersebut.

Menurut Sugiyono (2022)

Menyatakan bahwa minat “Metode yang berlandaskan data konkrit dan diterapkan dalam melakukan penelitian sampel dan populasi. Data penelitiannya berbentuk angka yang dapat dihitung dengan analisis

statistik untuk alat uji perhitungan yang bertujuan dalam melakukan pengujian hipotesisnya”.

3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi secara normal. Pengujian dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka data residual dianggap berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada setiap nilai prediksi. Pengujian dilakukan dengan metode Glejser. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.2.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengevaluasi tingkat hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) dan variabel akibatnya, regresi linier sederhana digunakan. Faktor penyebab, biasanya digambarkan dengan X, atau predictor, sedangkan variabel akibat, biasanya digambarkan dengan Y, atau Response.

Penelitian ini mengadopsi analisis regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Menurut (Alsa, 2020) analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal. Untuk melakukan analisis data ini dibantu menggunakan *Statistic Package for the Social Sciences*

atau disebut juga dengan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) version 20. Metode-metode yang digunakan antara lain:

Persamaan Regresi

Secara umum persamaan regresi sederhana menurut Sugiyono (2019) dirumuskan sebagai berikut:

$$y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (*Dependent* variabel)

X = Variabel Bebas (*Independent* variabel)

a = Nilai konstanta, yaitu nilai Y jika X=0

b = Koefisien regresi

1. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi menurut Ghozali (2018:97) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau kekuatan variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y) maka digunakan analisis koefisien determinasi.

Koefisien determinasi dapat di cari dengan menggunakan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Kolerasi

Analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen secara parsial dan simultan.

2. Uji T (Hipotesis)

Menurut (Irfan Syahroni, 2022) uji hipotesis dilakukan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membantu dalam pengambilan keputusan tepat dalam suatu hipotesis yang diajukan.

Uji t atau uji parsial yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh dari masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.