

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Pengertian Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. penelitian kuantitatif ialah penelitian dengan menggunakan analisis statistik dan menggunakan metode survei lapangan.<sup>37</sup>

Penelitian kuantitatif yang dimaksud adalah dengan melakukan survei dan membagikan kuesioner untuk mendapatkan hasil dari pengaruh promosi (X1), reputasi (X2), terhadap Keputusan nasabah (Y) dengan kepercayaan (Z) sebagai variabel *intervening*.

#### **B. Operasional Variabel**

Variabel berasal dari bahasa inggris *variable* dengan arti: “ubahan”, “faktor tak tetap”, atau “gejala yang dapat diubah-ubah”. Istilah variabel dapat diartikan bermacam-macam. Menurut Sugiyono, variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal

---

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018).

tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>38</sup> Adapun macam-macam variabel yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Variabel Independen

Variabel bebas/independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya.<sup>39</sup> Adapun penelitian independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Promosi (X1) merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk.
- b. Reputasi (X2) merupakan sikap terhadap penyedia layanan atau merek, dan didirikan dan dikembangkan dalam pikiran pelanggan melalui komunikasi dan pengalaman.

#### 2. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya. Variabel tak bebas ini menjadi *primary interest to the researcher* atau persoalan pokok bagi si peneliti, yang

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: alfabeta, 2017).

<sup>39</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015).

selanjutnya menjadi objek penelitian.<sup>40</sup> Variabel dependen pada penelitian ini yaitu keputusan nasabah.

Keputusan nasabah merupakan hasil dari berbagai pilihan untuk menemukan solusi dan menilai pilihan-pilihan yang ada secara sistematis dan obyektif disertai dengan melihat keuntungan dan kerugiannya.

### 3. Variabel Intervening

Variabel ini merupakan variabel penysela/antara yang terletak diantara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak secara langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat.<sup>41</sup> Variabel *intervening* pada penelitian ini yaitu kepercayaan.

Kepercayaan merupakan harapan yang ditempatkan oleh konsumen pada penyedia jasa, yang dapat dipercayai dan diandalkan untuk memenuhi janji yang telah dibuat.

Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel menggunakan skala likert, penulis jabarkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Promosi (X1)	Menurut Swastha dan Irawan, Promosi	1. Iklan.	Skala <i>Likert</i>

<sup>40</sup> M.Si Hardani, S.Pd. et al., Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020).

<sup>41</sup> Rafika Ulfa, "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan," *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan dan Keislaman* Vol. 1, No. 1 (2021).

	adalah arus informasi atau persuasi satu arah untuk mengarahkan seorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. <sup>42</sup>	2. Promosi Penjualan 3. <i>Personal selling</i> . 4. Publisitas. <sup>43</sup>	
Reputasi (X2)	Reputasi adalah sikap terhadap penyedia layanan atau merek, dan didirikan dan dikembangkan dalam pikiran pelanggan melalui komunikasi dan pengalaman. <sup>44</sup>	1. Nama baik 2. Reputasi pesaing 3. Dikenal luas 4. Kemudahan di ingat.	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Nasabah (Y)	keputusan pembelian merupakan hasil dari berbagai pilihan untuk menemukan solusi dan menilai pilihan-pilihan yang ada secara sistematis dan obyektif disertai dengan	1. Kebutuhan merujuk pada permasalahan atau kebutuhan. 2. Publikasi mengacu pada cara dimana keputusan nasabah yang menarik minat	Skala <i>Likert</i>

<sup>42</sup> Winda Feriyan Garaika, "Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta," *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara* Vol. 16, No. 1 (2018): hlm. 25.

<sup>43</sup> Mursid, *Manajemen Pemasaran*. (jakarta: Bumi Aksara, 2013).

<sup>44</sup> Pandu Tezar Adi Nugroho, Fajar Mujaddid, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiulitas Terhadap Minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 10, No. 1 (2019): hlm. 22.

	melihat keuntungan dan kerugiannya. <sup>45</sup>	banyak informasi. 3. Manfaat 4. Kepuasan	
Kepercayaan (Z)	Kepercayaan ( <i>trust</i> atau <i>belief</i> ) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. <sup>46</sup>	1. Kemampuan ( <i>Ability</i> ) 2. Kebajikan hati ( <i>Benevolence</i> ) 3. Integritas ( <i>Integrity</i> )	Skala <i>Likert</i>

### C. Uji Instrumen

Uji instrumen adalah proses untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian sudah valid dan reliabel. Instrumen bisa berupa kuesioner, soal tes, atau alat lainnya yang digunakan untuk mengumpulkan data. Tujuan dari uji instrumen adalah untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar - benar menggambarkan apa yang ingin di ukur.<sup>47</sup>

Uji instrumen pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang dilakukan kepada 30 orang responden yaitu nasabah Generasi Z menabung Bank Syariah Indonesia.

---

<sup>45</sup> Helga Drummond, "The Darker Side of Innovation," *Journal of Information Technology* Vol. 18, No. 2 (2011). hlm. 93-101

<sup>46</sup> Moh Mukery, Heri Susilo, Andi Tri Haryono, "Analsis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan," *Journal of Management* Vol. 4, No. 4 (2018).

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2004). Hlm. 137

### 1. Uji Validitas Instrumen

Untuk mengetahui pernyataan valid atau tidak valid dapat dilihat nilai  $r$  hitung dibandingkan terhadap nilai  $r$  tabel, dengan  $N = 30$  dan untuk  $\alpha$  sebesar 5% atau signifikansi 0,05 adalah 0,1577. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut valid dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.<sup>48</sup>

Hasil uji validitas variabel X1, X2, Y, dan Z dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Promosi (X1)**

No Item	Variabel	Item	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
1	Promosi (X1)	X1.1	0.476	0.1577	Valid
2		X1.2	0.648	0.1577	Valid
3		X1.3	0.576	0.1577	Valid
4		X1.4	0.632	0.1577	Valid
5		X1.5	0.570	0.1577	Valid
6		X1.6	0.720	0.1577	Valid
7		X1.7	0.628	0.1577	Valid
8		X1.8	0.594	0.1577	Valid
9	Reputasi (X2)	X2.1	0.489	0.1577	Valid
10		X2.2	0.567	0.1577	Valid
11		X2.3	0.679	0.1577	Valid
12		X2.4	0.597	0.1577	Valid
13		X2.5	0.579	0.1577	Valid
14		X2.6	0.620	0.1577	Valid
15		X2.7	0.704	0.1577	Valid
16		X2.8	0.757	0.1577	Valid
17	Keputusan Menabung (Y)	Y1	0.564	0.1577	Valid
18		Y2	0.531	0.1577	Valid
19		Y3	0.743	0.1577	Valid

<sup>48</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2019), 2.

20		Y4	0.650	0.1577	Valid
21		Y5	0.549	0.1577	Valid
22		Y6	0.520	0.1577	Valid
23		Y7	0.744	0.1577	Valid
24		Y8	0.563	0.1577	Valid
25	Kepercayaan (Z)	Z1	0.672	0.1577	Valid
26		Z2	0.655	0.1577	Valid
27		Z3	0.820	0.1577	Valid
28		Z4	0.827	0.1577	Valid
29		Z5	0.541	0.1577	Valid
30		Z6	0.634	0.1577	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa dilihat pada *Corrected Item Correlation* nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel, yaitu nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0, 1577). Sehingga dapat disimpulkan hasil analisis seluruh item variabel lebih besar dari  $r$  tabel sehingga dengan jumlah 30 responden valid. Selain itu, dapat dipastikan bahwasannya 30 responden tersebut sudah menggambarkan data secara keseluruhan yang akan di ukur.<sup>49</sup>

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas mengukur konsistensi atau keandalan instrumen. Instrumen yang reliabel memberikan hasil yang konsisten jika digunakan pada sampel yang berbeda. Teknik paling umum yang digunakan untuk kuesioner dengan berskala *Likert* yaitu dengan *Alpha Cronbach*.<sup>50</sup>

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*. Hlm. 137

<sup>50</sup> Cooper, Schindler, Dalam Zulganef, *Pemodelan Persamaan Struktural & Aplikasinya Menggunakan Amos 5* (Bandung: Pustaka, 2006).

Reliabilitas mengukur konsistensi atau keandalan instrumen. Instrumen yang reliabel memberikan hasil yang konsisten jika digunakan pada sampel yang berbeda. Teknik paling umum yang digunakan untuk kuesioner dengan berskala *Likert* yaitu dengan *Alpha Cronbach*.<sup>51</sup>

**Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's</i>	Jumlah	Keterangan
	<i>Alpha</i>	Item	
Promosi (X1)	0,752	8	Reliabel
Reputas (X2)	0,767	8	Reliabel
Keputusan Menabung (Y)	0,751	8	Reliabel
Kepercayaan (Z)	0,788	6	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian variabel X1, X2, Y, dan Z dinyatakan reliabel.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>52</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya.

<sup>51</sup> Cooper, Schindler, Dalam Zulfanef, *Pemodelan Persamaan Struktural & Aplikasinya Menggunakan Amos 5* (Bandung: Pustaka, 2006).

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan Ke. (Bandung: CV Alfabeta, 2013).



Pada penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah nasabah Generasi Z Bank Syariah Indonesia baik itu laki-laki maupun Perempuan, jumlah populasi nasabah Generasi Z yang menabung di Bank Syariah Indonesia tidak ditentukan perdatanya, karena sulit diidentifikasi.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>53</sup> Menurut Amirulloh sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian.<sup>54</sup> Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu. Hair dan Ferdinand mengemukakan bahwa untuk model SEM, ukuran sampel yang sesuai adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi.<sup>55</sup>

Adapun indikator dalam penelitian ini berjumlah 15 indikator. Maka sampel pada penelitian ini adalah 10 x indikator.

$$= 10 \times \text{indikator}$$

$$= 10 \times 15$$

$$= 150 \text{ sampel}$$

---

<sup>53</sup> Ibid

<sup>54</sup> M.M Amirullah, SE., *Metode Penelitian Manajemen* (Malang: Bayumedia Publishing, 2015).

<sup>55</sup> Ida A. Brahmaratih Mukhsinah, "The Impact of Product, People, Process and Physical Evidence on Customer Loyalty at PT. Samudera Shipping Services -Surabaya," *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen* Vol. 1, No. 1 (2014): 43–73.

Berdasarkan perhitungan di atas maka penulis menggunakan 150 sampel, sampel pada penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya.

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. Pemilihan sampel ini didasarkan pada suatu karakteristik tertentu dalam suatu populasi yang memiliki hubungan dominan sehingga dapat digunakan untuk mencapai tujuan penelitian.<sup>56</sup> Adapun pertimbangan untuk menentukan anggota sampel adalah sampel yang memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Nasabah Generasi Z Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya.
2. Penggunaan tabungan Bank Syariah Indonesia.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Kuesioner adalah suatu *instrument* pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam jumlah yang besar.<sup>57</sup> Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan

---

<sup>56</sup> Fransiska Timoria Samosir, Zelika Anggun Cahnia, Nurhayati Darubekti, “Pemanfaatan Mendeley Sebagai Manajemen Referensi Pada Penulisan Skripsi Mahasiswa Program Studi Perpustakaan Dan Sains Informasi Universitas Bengkulu,” : *Journal of Information and Library Science* Vol. 12, No. 1 (2021): hlm. 50.

<sup>57</sup> Fauzan Putraga Al Bahri, Ismail, “Perancangan E-Kuisisioner Menggunakan CodeIgniter Dan React-Js Sebagai Tools Pendukung Penelitian.,” *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)* Vol. 3, No. 2 (2019): hlm. 337–347.

kuesioner atau angket berupa *Google Form* kepada Generasi Z Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya untuk mengukur keputan nasabah

#### **F. Instrumen Penelitian**

Menurut Suharsimi Arikunto yang dimaksud dengan instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>58</sup> Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*. Skala *Likert* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna menggunakan skala *likert*.<sup>59</sup>

Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan yaitu berupa angket atau kuesioner yang disebarkan kepada pengguna tabungan Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya. Kuesioner disusun dalam bentuk angket yang disediakan lima opsi pilihan dengan teknik skala penilaian keseluruhan angket yang kemudian disusun dengan teknik *self-report*, yaitu meminta responden untuk memberikan penilaian sesuai dengan tanggapan mereka. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

---

<sup>58</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2000).

<sup>59</sup> Ryan Ari Setyawan and Walter F. Atapukan, "Pengukuran *Usability Website e-Commerce* Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala *Likert*," *Jurnal Compiler* Vol. 7, No. 1 (2018): hlm. 56.

**Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Instrumen Variabel**

Variabel	indikator	Item pernyataan	Item
Promosi (X1)	Iklan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan dalam syarat pendaftaran di Bank Syariah Indonesia.</li> <li>2. Saya tertarik dengan Bank Syariah Indonesia karena iklan yang dilakukan bank menggunakan brosur atau media sosial.</li> </ol>	1, 2
	Promosi penjualan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena promosi yang dilakukan oleh bank kepada nasabahnya secara langsung.</li> <li>2. Sistem bagi hasil lebih menguntungkan dibandingkan bunga.</li> </ol>	3, 4
	<i>Personal selling</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian akad berdasarkan ketentuan syariah</li> <li>2. Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena kegiatan pameran, <i>event</i>, dan kegiatan lain</li> </ol>	5, 6
	Publisitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena pemberian hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah.</li> <li>2. Kelengkapan Fitur pada aplikasi BSI Mobile</li> </ol>	7, 8

Reputasi (X2)	Nama baik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurut saya Bank Syariah Indonesia memiliki nama baik di kalangan masyarakat.</li> <li>2. Saya tidak pernah mendapatkan informasi buruk tentang Bank Syariah Indonesia</li> </ol>	9, 10
	Reputasi pesaing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk tabungan Bank Syariah Indonesia memenangkan persaingan dari bank-bank syariah lainnya.</li> <li>2. Bank Syariah Indonesia mempunyai ciri khas sendiri</li> </ol>	11, 12
	Dikenal luas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk tabungan Bank Syariah Indonesia sudah dikenal luas di kalangan Masyarakat</li> <li>2. Kerabat- kerabat saya mengetahui Bank Syariah Indoneisa</li> </ol>	13, 14
	Kemudahan diingat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyingkatan nama BSI akan mempermudah saya untuk mengingat bank tersebut</li> <li>2. Produk tabungan BSI mudah diingat karena memiliki ciri khas yang membedakan dengan produk tabungan lainnya</li> </ol>	15, 16
Keputusan Nasabah (Y)	Kebutuhan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa menabung di Bank Syariah Indonesia</li> </ol>	17, 18

		<p>merupakan keputusan yang tepat.</p> <p>2. Saya menggumakam Tabungan Bank Syariah Indonesia karena tuntutan dari pekerjaan atau tugas sekolah</p>	
	Publikasi	<p>1. Saya mendapatkan informasi mengenai Bank Syariah Indonesia dari internet.</p> <p>2. Saya tertarik untuk menabung di Bank Syariah Indonesia berdasarkan media massa atau organisasi.</p>	19, 20
	Manfaat	<p>1. Saya memutuskan menggunakan Tabungan Bank Syariah Indonesia karena bebas dari riba.</p> <p>2. Banyak manfaat yang saya dapatkan ketika menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.</p>	21, 22
	Kepuasan	<p>1. Saya merasa puas menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.</p> <p>2. Saya akan menggunakan tabungan Bank Syariah Indonesia untuk jangka waktu yang lebih lama lagi.</p>	23, 24
Kepercayaan (Z)	Kemampuan (Ability)	<p>1. Mampu menyediakan produk dan jasa yang dibutuhkan.</p>	25, 26

		2. Mampu menciptakan transaksi yang aman	
	Kebaikan hati ( <i>Benevolence</i> )	1. Memiliki perhatian untuk memberikan pelayan terbaik 2. Memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan	27, 28
	Integritas ( <i>Integrity</i> )	1. Berkata jujur dan tidak menyembunyikan informasi penting bagi nasabah 2. Memenuhi apa yang diinginkan nasabah	29, 30

Metode skala likert dalam sistem ini untuk mempermudah proses perhitungan hasil. Dimana dalam penerapannya, digunakan 5 skala dengan masing-masing skala memiliki nilai. Jawaban dari setiap item instrument dengan skala likert mempunyai gradasi positif sampai sangat negatif hal tersebut dijabarkan dalam bentuk kata-kata sebagai berikut<sup>60</sup>:

**Tabel 3. 5 *Scoring* Jawaban Kuesioner**

No.	Kategori Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

<sup>60</sup> Maryuliana, Sam Farisa Chairul Haviana, Imam Much Ibnu Subroto, "Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert," *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika* Vol. 1, No. 1 (2016): hlm. 2-4.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui bagaimana menggambarkan data, hubungan data, semantik data dan batasan data yang ada pada suatu sistem informasi.<sup>61</sup> Pada penelitian kuantitatif kegiatan analisis data meliputi pengolahan data dan menyajikan data, melakukan perhitungan untuk mendeskripsikan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Ghozali dalam buku Siswanto Haryono dan Parwoto Wardoyo mengemukakan bahwa model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) adalah generasi kedua Teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* atau *non recursive* untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan model.<sup>62</sup>

#### a. PLS (Partial Least Square)

*Partial Least Square* atau disingkat PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. PLS ini pertama kali diperkenalkan secara

---

<sup>61</sup> Doro Edi and Stevalin Betshani, "Analisis Data Dengan Menggunakan ERD Dan Model Konseptual Data Warehouse," *Jurnal Informatika* Vol. 5, No. 1 (2009): hlm. 71-72.

<sup>62</sup> Prof. Dr. H. Siswoyo Haryono, MM dan Parwoto Wardoyo, ST, MM, *Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan Amos 18.00* (Bekasi: PT. Intermedia Personalita Utama., 2012).



umum oleh Herman Wold pada tahun 1974. Menurut Ghozali, PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji model kausalitas atau teori, sedangkan PLS lebih bersifat *predictive* model. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* karena tidak didasarkan pada banyak asumsi misalnya data tidak harus berdistribusi normal, sampel tidak harus besar. PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan formatif.

b. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer model*)

*Outer model* merupakan spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya, disebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, mendefinisikan karakteristik variabel laten dengan indikatornya.<sup>63</sup>

1) Uji Validitas

Uji validitas ialah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (konten) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam suatu penelitian.<sup>64</sup> Uji validitas

---

<sup>63</sup> Kelvin Yohanes Setiawan, Hatane Semuel, "Promosi Melalui Sosial Media, *Brand Awareness, Purchase Intention* Pada Produk Sepatu Olahraga," Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 12, NO. 1 (2018): hlm. 49.

<sup>64</sup> Siti Masripah. Nana Marlina Cahyani, Edo Indriyanto, "Uji Validitas Dan Reabilitas Terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan Dan Pembelian," *Information System For Educators and Professionals : Journal of Information System* Vol. 1, No.1 (2016): hlm. 27.

*convergent* indikator reflektif dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* nilai *loading factor* harus lebih dari 0.70, sedangkan penelitian yang bersifat *exploratory* masih dapat diterima antara 0.60 hingga 0.70. untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading factor* 0.50 hingga 0.60 masih dianggap cukup.<sup>65</sup>

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>66</sup> Uji reliabilitas yang paling umum digunakan adalah koefisien *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas yang baik disarankan memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih atau sama dengan 0,6. Keandalan instrument dapat dilihat dari nilai *Cronbach's alpha*, untuk nilai <0,5 memiliki kendalan rendah, 0,5-0,7 memiliki

---

<sup>65</sup> Imam Ghozali dan Hengky Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015). hlm. 74.

<sup>66</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS* (semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011). hlm. 47-48

kendalan sedang, 0,7-0,9 memiliki keandalan tinggi, dan  $>0,9$  memiliki kendalan sangat baik.<sup>67</sup>

c. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

*Inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten.<sup>68</sup> Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan dalam beberapa tahap yaitu pengujian kolinieritas, pengujian signifikansi hubungan pada model struktural dan mengukur nilai  $R^2$ . Pengujian kolinieritas dilakukan dengan menggunakan statistik *VIF* yang harus lebih besar dari 0,2 tetapi lebih kecil dari 5. Jika nilai yang diperoleh lebih kecil dari 0,2 dan atau lebih besar dari 5, konstruk harus dapat dipertimbangkan untuk dieliminasi atau dihilangkan dari model struktural atau digabungkan dalam satu konstruk yang lain. Pengujian signifikansi hubungan pada model struktural dilakukan dengan menggunakan statistik *t* yang diperoleh setelah *path coefficient* diestimasi. Algoritma PLS-SEM menghasilkan nilai *path coefficient* ( $\rho$ ) yang distandardisasi dengan rentang nilai -1 sampai dengan +1. Nilai *path coefficient* yang mendekati nilai +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat

---

<sup>67</sup> Rezha Nur Amalia and Eva Annisaa, Ragil Setia Dianingati, "Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Realibtas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi," *Generics : Journal of Research in Pharmacy* Vol. 2, No. 1, (2022): hlm. 13-14.

<sup>68</sup> Nova Adhitya Ananda, "Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* Vol. 2, No. 1 (2017): hlm. 27.

sedangkan jika nilai nya mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat.<sup>69</sup>

## 2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilihat dari tabel *t statistic* dan *P value*. Hipotesis dapat dinyatakan diterima apabila *P value* < 0,05 dan hipotesis dapat dinyatakan diterima apabila *t statistic* > 1,96. Hasil uji hipotesis ini dapat dilihat melalui *path coefficient* teknik *bootstrapping* pada program Smart-PLS.<sup>70</sup>

## H. Tempat dan Jadwal Penelitian

### 1. Tempat

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Kota Tasikmalaya dengan subjek pada penelitian ini yaitu nasabah generasi Z yang menabung di Bank Syariah Indonesia.

### 2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun akademik 2023/2024. Adapun alokasi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>69</sup> Reny Rian Marlina, “*Partial Least Square-Structural Equation Modeling* Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas *Google Classroom* Berdasarkan Metode Webqual 4.0,” *Jurnal Matematika, Statistika dan Komputasi*, Vol. 16, No. 2 (2020): hlm. 180.

<sup>70</sup> Abid Muhtarom, Muhamad Imam Syairozi, dan Hesty Lovi Yonita “Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggul Kalitengah) Metode Structural Equation Modeling (SEM) - Partial Least,” *Ekombis Review : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* Vol. 10, No. 1, (2022): hlm. 394-397.

**Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian**

[illegible]