

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian korelasi, yaitu suatu penelitian tentang pengukuran hubungan antara dua variabel atau lebih dengan penilaian secara statistic (Alfianika, 2018, hlm.24). Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan, dengan melakukan penelitian secara langsung pada objek penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini dengan sifat kuantitatif yaitu melakukan analisis data-data berupa angka yang diolah dengan metode statistika untuk mengetahui pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan generasi Z menggunakan bank digital syariah di kota Banjarmasin.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah wilayah Kota Banjarmasin yang meliputi 5 kecamatan yaitu: Banjarmasin Tengah, Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat dan Banjarmasin Utara.

C. Populasi

Populasi merupakan objek yang diteliti, yang memiliki beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2008, hal 81) Populasi dalam penelitian

adalah generasi z yang berada di kota Banjarmasin. Pada saat pembagian kuesioner dipilih responden yang berusia 17-28 tahun hal ini karena umur legal untuk bisa memiliki rekening adalah dari usia 17 tahun. Responden ini peneliti pilih baik yang sudah atau pernah menggunakan bank digital syariah.

D. Sampel

Sampel dipilih setelah mempertimbangkan masalah, hipotesis, tujuan, prosedur, dan alat penelitian. Sampel adalah sebagian dari populasi (Sugiyono, 2008, hlm.81). Teknik sampling menggunakan Teknik non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi dan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* (Anshori & Iswati, 2017, hlm.35)

Accidental sampling merupakan teknik pengambilan sampel atas kebetulan, yaitu siapa pun yang bertemu dengan penulis di wilayah yang sudah ditentukan dan memenuhi syarat sebagai responden maka dapat diambil sebagai sampel. (Kumar, 2018, hlm.13)

Gambar 2. 1
Data Penduduk Kota Banjarmasin Menurut Kelompok Umur

Jumlah Penduduk Kota Banjarmasin Menurut Kelompok Umur
Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil

No	Kelompok Umur	Laki-Laki		Perempuan		Laki-Laki + Perempuan	
		Jiwa	%	Jiwa	%	Jiwa	%
1	0-4	24020	3.57	22154	3.30	46174	6.87
2	5-9	30365	4.52	28218	4.20	58593	8.71
3	10-14	31503	4.67	29027	4.32	60530	9.00
4	15-19	28815	4.29	27202	4.05	56017	8.33
5	20-24	28462	4.23	27391	4.08	55853	8.31
6	25-29	26739	3.97	25906	3.85	52645	7.83
7	30-34	25486	3.79	25638	3.81	51124	7.60
8	35-39	26538	3.95	26754	3.98	53292	7.93
9	40-44	25806	3.84	26553	3.95	52359	7.79
10	45-49	24508	3.65	25825	3.84	50333	7.49
11	50-54	20349	3.03	21651	3.22	42000	6.25
12	55-59	15899	2.36	17800	2.65	33699	5.01
13	60-64	11928	1.77	13084	1.95	25012	3.72
14	65-69	8120	1.21	8662	1.29	16782	2.50
15	70-74	3925	0.58	4814	0.72	8739	1.30
16	75+	3681	0.55	5520	0.82	9201	1.37
	-	336144	49.98	336199	50.03	672353	100.01

Sumber: Dinas DUKCAPIL Kota Banjarmasin(202)

Menurut data diatas penulis mengambil total populasi dari tabel kelompok umur 15-19, umur 20-24, dan umur 25-29 sehingga didapat jumlah populasi adalah 164.515.

Penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus *slovin*, yaitu:

Diketahui:

$$N (\text{Populasi}) = 164.515$$

$$e (\text{Standar error}) = 10\%$$

Ditanya:

$$n = \text{ukuran sampel}$$

Maka perhitungan sampel yang dapat digunakan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{164,515}{1 + 164,515(0,1)^2}$$

$$n = 99,94 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel}$$

Dengan melihat hasil jumlah perhitungan diatas maka sampel yang diambil oleh peneliti adalah 100 orang.

E. Sumber Data

Peneliti menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner yang diberikan kepada Generasi Z di kota Banjarmasin melalui platform media sosial, untuk mempermudah pengumpulan data penelitian. Berikut sumber – sumber data yang dipakai dalam penelitian, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber utama langsung atau biasa juga disebut data asli yang bersifat up to date (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 32). Data atau informasi tersebut dikumpulkan dari survei dalam penelitian ini dengan menggunakan skala Likert, yang menggunakan tanda centang pada setiap tanggapan responden untuk mengukur sikap atau pemikiran masing-masing responden (Sugiyono, 2008). Adapun untuk menghitung jawaban responden secara kuantitatif maka diberi bobot nilai atau skor dari 5-1.

Dibawah ini adalah skala likert yang dipakai dalam kuesioner:

- 1) Skala Sangat Setuju (SS) = 5
- 2) Skala Setuju (S) = 4
- 3) Skala Netral (N) = 3
- 4) Skala Tidak Setuju (TS) = 2
- 5) Skala Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Dengan memakai data *interval* berbentuk angka-angka yang dimulai dari skala paling kecil sampai skala terbesar.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data-data pendukung yang didapatkan secara tidak langsung oleh peneliti, data didapatkan dari pihak lain, seperti laporan-laporan, website-website resmi, jurnal, buku, serta literatur lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian (Siyoto & Sodik, 2015, hlm.45).

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilaksanakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan guna mencapai tujuan penelitian. Variabel dalam hipotesis digunakan sebagai acuan mengumpulkan data. Angket/ kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner adalah pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pernyataan atau pertanyaan bentuk tertulis kepada responden untuk mendapatkan tanggapan mereka (Sugiyono, 2008, hlm.56).

Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui platform media social dengan penggunaan google form dan dibagikan kepada generasi Z di kota Banjarmasin. Kuesioner berisi beberapa pertanyaan dan pernyataan tentang variabel *Islamic branding* dan keputusan pembelian.

G. Teknik Pengolahan Data

Pada penelitian ini dilakukan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui dampak *Islamic branding* terhadap keputusan generasi Z menggunakan bank digital syariah di kota Banjarmasin. Data yang digunakan berupa angka dan dianalisis dengan menggunakan metode analisis data regresi linier sederhana melalui program SPSS versi 22 dan Microsoft Excel 2010. Format tabel digunakan untuk menyajikan hasil olahan.

Analisis data adalah tindakan penyederhanaan data lapangan yang dikumpulkan sehingga mudah dibaca dan dipahami. Berikut langkah - langkah pengolahan serta analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Editing Data

Editing adalah proses pemeriksaan data yang dikumpulkan dari hasil kuesioner. Tujuan pengeditan adalah untuk melihat konsistensi, kelengkapan dan kesiapan data sebelum dianalisis lebih jauh. Data penelitian yang sudah didapatkan melalui metode kuesioner perlu dilakukan pengeditan untuk mencegah dari kekeliruan saat proses pengumpulan data, isi kuesioner tidak lengkap, atau tidak konsisten (Anshori & Iswati, 2017, hlm.16).

2. Koding Data

Koding merupakan proses pemilahan dan klasifikasi data yang dibagi kedalam beberapa kategori dengan memberikan kode atau symbol berupa angka (Anshori & Iswati, 2017, hlm.16).

Berikut kode angka yang diberikan:

- a. Hasil 5= sangat setuju

- b. Hasil 4= setuju
- c. Hasil 3= netral
- d. Hasil 2= tidak setuju
- e. Hasil 3= sangat tidak setuju

3. Tabulasi Data

Tabulasi merupakan kegiatan merapikan susunan data dengan memasukkan data kedalam tabel untuk mempermudah proses analisis mendalam sesuai tujuan penelitian.

4. Analisis Data

Analisi data merupakan tindakan pemrosesan data dengan melibatkan penghitungan dan evaluasi secara statistik. Penelitian ini menggunakan analisis data sebagai berikut:

a. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yaitu proses penilaian data melalui cara mendeskripsikan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan agar dapat lebih mudah dipahami. Dalam penelitian ini, *mean* (rata-rata), nilai maksimum, dan nilai minimum dari data variabel X dan variabel Y digunakan untuk menjelaskan analisis deskriptif (Anshori & Iswati, 2017, hlm. 24).

b. Uji Validitas

Uji validitas yaitu pengujian data untuk mengukur nilai valid atau tidak data yang telah terkumpul melalui kuesioner atau angket.

Validitas merupakan suatu ukuran dalam menggambarkan tingkat kepercayaan atau keakuratan dari suatu alat ukur.

Tujuan uji validitas adalah untuk menilai derajat ketelitian pengukuran suatu instrumen. Apabila pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner dapat menjelaskan atau menggambarkan apa saja yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dikatakan *valid* (Duli, 2019, hlm.32).

Korelasi Corrected Item-Total Correlation digunakan untuk mengevaluasi validitas. Dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk r tabel dihasilkan dengan rumus $(\alpha ; n-2)$. (Sugiyono, 2008, hlm.64) Berikut ketentuan dari uji validitas:

- 1) Butir pernyataan dapat dikatakan *valid* jika hasil nilai r hitung $> r$ tabel
- 2) Butir pernyataannya dikatakan tidak *valid* jika hasil r hitung $< r$ tabel
- 3) Nilai Sig. $\leq \alpha = 0,05$

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk memperoleh besarnya konsistensi atau kebenaran instrumen pengumpul data. Uji ini mencoba mengevaluasi konsistensi alat ukur dan reliabilitas hasil. Jika seseorang secara konsisten menanggapi pernyataan pada kuesioner, maka hasil itu dianggap reliable. pengukuran reliabilitas dengan metode one shot atau satu kali pengukuran.

Penilaian reliabilitas ini menggunakan SPSS dengan uji statistika *Cronbach alpha* (α) dengan kriteria *cronbach alpha* (α) lebih besar dari 0,5 sehingga item pernyataan bisa dikatakan *reliable* (Duli, 2019, hlm.32).

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji normalitas

Uji normalitas berperan mengetahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak. Walaupun normalitas sebuah variabel tidak selalu penting saat melakukan analisis, menurut Ghozali, hasil uji statistik akan lebih bagus jika semua variabel memiliki data berdistribusi normal. Pengujian normalitas residual menggunakan uji statistik kolmogorov-smirnov dengan kriteria :

- a) Jika nilai probabilitas signifikan yang dihasilkan $>0,05$ maka data berdistribusi normal
- b) Jika hasil nilai probabilitas signifikan $<0,05$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian pada model regresi. Heteroskedastisitas yaitu suatu kondisi dimana varian residual dari sebuah pengamatan yang berada dalam kondisi yang berbeda berbeda. Sementara itu homokedastisitas adalah ketika varian residual dari sebuah pengamatan berada dalam keadaan tetap.

Model penelitian homoskedastisitas atau model penelitian yang tidak terjadinya kondisi heteroskedastisitas, maka dikategorikan sebagai model penelitian yang baik. Pengujian ini bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik, antara lain uji Glesjer, uji White, dan pemeriksaan pola gambar Scatterplot. Penelitian ini menggunakan uji Glesjer dalam pengambilan keputusan dengan melihat ketentuan berikut (Duli, 2019, hlm.23):

- a) Data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, jika besar nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$
- b) Data dinyatakan mengalami gejala *heteroskedastisitas*, jika besar nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$

e. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana dilakukan jika penelitian hanya terdiri dari 1 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Regresi linier sederhana digunakan untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent apakah bernilai positif atau negative serta untuk memperkirakan nilai yang terjadi dari variabel dependen jika nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan (Duli, 2019, hlm.23)

Berikut rumus yang dipakai pada regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Ket:

Y = Var dependen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Var independen

f. Analisis Korelasi

Teknik statistik yang dikenal sebagai uji korelasi berusaha untuk menentukan kekuatan hubungan antara dua variabel. Kekuatan hubungan antara *Islamic branding* (X) dan keputusan (Y) diuji dalam penelitian ini. Untuk penelitian ini, menggunakan analisis korelasi product moment. Analisis ini melihat bagaimana variabel yang berbeda berhubungan satu sama lain. Berikut interpretasi nilai korelasi product moment yang dipakai:

- 1) Tidak terjadi korelasi, jika nilai korelasi 0,00-0,02
- 2) Nilai korelasi lemah, jika nilai korelasi 0,21-0,04
- 3) Nilai korelasi cukup kuat, jika nilai Korelasi 0,41-0,60
- 4) Nilai korelasi bernilai kuat, jika nilai korelasi 0,61-0,80
- 5) Nilai korelasi sangat kuat, jika nilai Korelasi 0,81-1,00

g. Uji t

Uji t sering dikenal sebagai pengujian hipotesis. Tujuan dari pengujian hipotesis adalah untuk menentukan apakah variabel independen (x) memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen (y). Berikut ketentuan pada uji t dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha=0,05$) (Duli, 2019, hlm.32)

- 1) H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai signifikansi uji t > 0,05. (Berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen)
- 2) H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai signifikansi uji t < 0,05. (Berarti terdapat ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen)

h. Koefisien Determinasi

Ketepatan keterkaitan antara variabel bebas (independen) dan terikat (dependent) dalam sebuah persamaan regresi dinilai dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2). R^2 adalah bilangan bulat yang berkisar dari 0 sampai 1. Jika R^2 sama dengan 1, maka hasilnya varians dari persamaan regresi menyumbang semua varians. Sebaliknya, jika $R^2 = 0$, berarti varian persamaan regresi tidak dapat digunakan untuk menjelaskan variasi apapun.

H. Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki dua variabel yang dipakai peneliti yaitu: *Islamic branding* sebagai variabel *independen* (X1) dan Variabel *dependen* Keputusan (Y). peneliti membagi indikator dari setiap variabel yang nantinya akan dijelaskan lagi menjadi satu atau beberapa pernyataan yang disajikan dalam kuesioner.

Tabel 2. 1
Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala
<i>Islamic branding</i> (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Islamic brand by compliance</i> (Kepatuhan Agama) 2. <i>Islamic brand by origin</i> (Negara asal) 3. <i>Islamic brand by customer</i> (pelanggan) 	<i>Likert</i>
Keputusan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian 	<i>Likert</i>