



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Objek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti oleh peneliti sehingga mendapatkan data yang lebih terarah. Dalam penelitian objek penelitian yang diangkat oleh peneliti meliputi: (1) *financial literacy*, (2) *social capital* dan (3) *financial inclusion* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan.

Literasi keuangan didefinisikan oleh *Organization for Economic Co-operation and Development* atau OECD (2016) di dalam SNLKI (Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia) yang diambil pada tahun 2017, mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well being*) individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi di suatu negara. Karena literasi keuangan dianggap sebagai salah satu *life skill* yang perlu dimiliki oleh setiap masyarakat untuk kehidupan jangka panjang.

Literasi keuangan akan menjadi fasilitas dari inklusi keuangan yang bertujuan untuk peningkatan akses masyarakat di bidang keuangan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dimana inklusi keuangan merupakan kemampuan seorang individu untuk menjangkau dan mendapatkan akses produk dan jasa keuangan.

Dimana untuk mengukur obyek penelitian di dalam penelitian ini, peneliti mengambil subyek penelitian yaitu UMKM yang masuk ke dalam kode KBLI kuliner di Kota Tangerang Selatan.

### **3.2 Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan perencanaan dan struktur dari investigasi yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian. Perencanaan didalamnya terdiri dari keseluruhan skema atau program dari penelitian yang menggambarkan keseluruhan perencanaan atas apa saja yang akan di lakukan oleh peneliti dalam menulis hipotesis dan keseluruhan aplikasi proses sampai analisa data. Desain penelitian menggambarkan struktur atas masalah dari penelitian seperti kerangka penelitian, susunan dan bentuk dari hubungan antar variabel dari penelitian serta rencana proses penelitian yang digunakan untuk mendapatkan bukti hubungan di antara variabel (Cooper, 2014).

#### **3.2.1 Pengertian Riset**

Riset bisnis adalah sebuah usaha yang bersifat sistematis dan terorganisir dengan tujuan untuk menginvestigasi sebuah masalah yang ditemukan di dalam lingkungan kerja yang membutuhkan solusi. Dimana terdapat rangkaian langkah yang sudah dibuat dan akan dilakukan dengan tujuan untuk menjawab setiap permasalahan yang ada. Rangkaian langkah yang ada harus dimulai dari mengetahui dimana masalah berada dan penyebab secara jelas dari masalah yang ada, selanjutnya mengumpulkan informasi, menganalisa data dan menentukan setiap faktor yang berhubungan dengan masalah dan mencari solusi dengan menggunakan pengukuran yang tepat (Sekaran, 2009).

Dalam buku Sekaran (2019) juga dipaparkan terdapat dua jenis di dalam penelitian bisnis yaitu *basic research* dan *applied research*. Kedua jenis ini memiliki fungsi masing-masing yaitu:

- a. *Basic research*: penelitian yang dilakukan untuk berkontribusi dalam menambah ilmu pengetahuan.
- b. *Applied research*: penelitian ini di dilakukan untuk dapat menggunakan hasil dari penelitian yang bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang sedang terjadi di dalam suatu organisasi.

Dalam penelitian ini digunakan *basic research* sebagai jenis penelitian. Karena peneliti bertujuan untuk mengampu penelitian akhir dari peneliti.

Pencarian data didasarkan oleh jenis data yang akan dipakai di dalam penelitian, terdapat dua jenis data menurut buku Sekaran (2019) yaitu:

- a. *Primary data*: data yang diambil dari tempat kejadian yang aktual dengan cara melakukan observasi di dalam suatu kejadian, orang, dan obyek, atau dengan cara melalui kuesioner yang diberikan kepada orang-orang di sekitar.
- b. *Secondary data*: data yang diambil berdasarkan kriteria tertentu seperti karakteristik perusahaan, yang dapat diambil melalui rekaman atau catatan yang dipublikasikan, *website* dari perusahaan, dan sumber lainnya yang menyediakan data.

Sumber data utama dari penelitian ini merupakan *primary data* atau data primer yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui survei kepada responden yang termasuk ke dalam target populasi.

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder sebagai data pendukung yang berasal dari jurnal, artikel, *website*, dan *textbook* untuk membuat penelitian ini berbasis ilmiah dan sistematis (Maholtra, 2010). Dari dasar pengambilan data sekunder sebagai data pendukung, peneliti menyusun kuesioner yang akan dibagikan kepada target populasi atau *sample*.

### **3.2.2 Jenis Penelitian**

Dari pengertian penelitian secara luas, dalam penelitian juga terdapat beberapa jenis didalamnya menurut (Cooper, 2014) :

#### *a. Exploratory Research Design*

Jenis penelitian ini akan berguna ketika peneliti tidak mendapatkan gagasan yang menyeluruh dari permasalahan yang mereka temui selama proses penelitian. Sehingga ia harus memperluas pemahaman mengenai penelitian dengan mengumpulkan latar belakang topik, memperbaiki pertanyaan penelitian dan memberikan kesimpulan berdasarkan logika yang kritis.

#### *b. Descriptive Research Design*

Jenis penelitian ini lebih terstruktur dengan jelas mengenai pernyataan dari hipotesis atau pertanyaan investigasi, dengan mendeskripsikan fenomena atau karakteristik yang ada di dalam subjek populasi (*who, what, when, where* dan *how*). Proporsi di dalam populasi sudah terukur dan memiliki karakteristik yang jelas.

#### *c. Causal Research Design*

Jenis penelitian ini dilakukan untuk menjawab hubungan sebab akibat (kausal) di antara variabel, sehingga dibutuhkan adanya hipotesis untuk menggambarkan hubungan di antara variabelnya.

Dalam penelitian ini peneliti memutuskan untuk menggunakan jenis penelitian *descriptive research design*, yaitu dengan metode survei. Tujuan utama dari penelitian ini merupakan untuk mendeskripsikan fenomena atau karakteristik yang ada di dalam subjek populasi (Cooper, 2014). Metode survei dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian ini yaitu UMKM di Kota Tangerang Selatan dengan kode KBLI kuliner, dimana responden akan menjawab pertanyaan yang ada di dalam kuesioner dengan memberikan nilai antara 1 sampai 5 skala likert (*likert scale*).

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

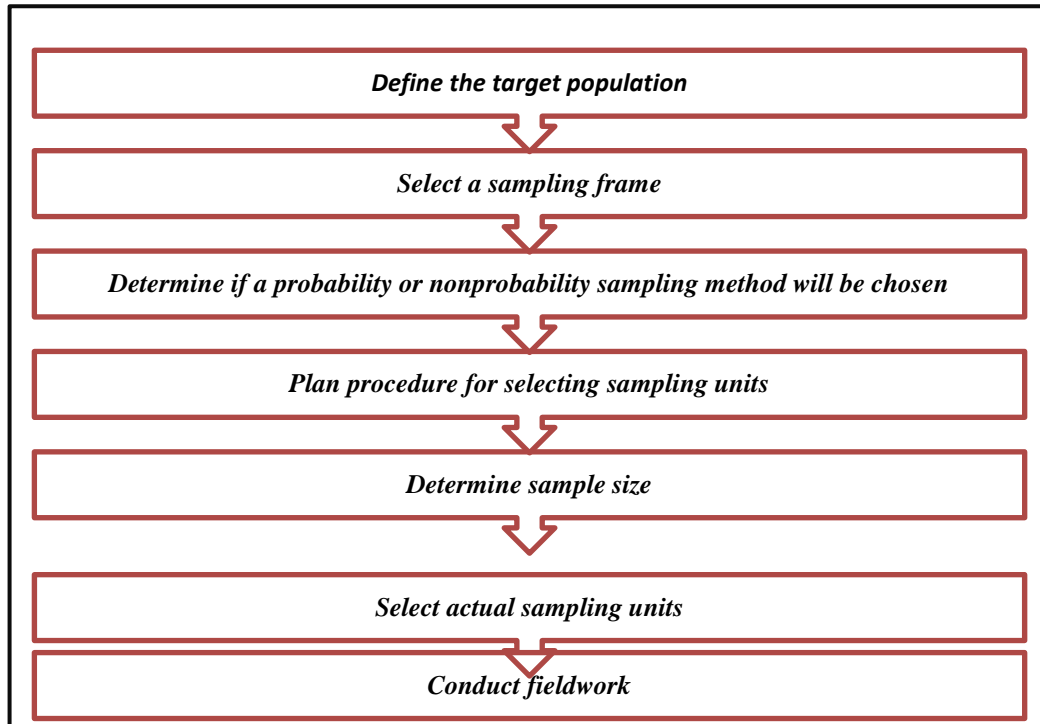
#### **3.3.1 Populasi dan Target Riset**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Ghozali & Ratmono, 2013) .

Populasi yang dipakai di dalam penelitian ini adalah keseluruhan UMKM yang berdomisili di Kota Tangerang Selatan dan berada di kode KBLI Kuliner. Pengambilan UMKM dengan kode KBLI Kuliner disebabkan oleh populasi terbanyak dari berbagai jenis UMKM berada pada UMKM pada kode KBLI Kuliner yang berada di Kota Tangerang Selatan dan menjadi penyumbang dengan kontribusi terbesar di Kota Tangerang Selatan. Sehingga peneliti mengambil UMKM dengan kode KBLI Kuliner sebagai target dalam penelitian ini.

### 3.3.2 Sampling Design Process

Menurut Zikmund (2013), proses dalam menentukan *sampling* yang akan diambil atau digunakan sebagai *sample* di dalam penelitian terbagi menjadi 7 proses.



Sumber : Zikmund et al., 2013

**Gambar 3.1 Stages in Selection of a Sample**

Dari Gambar 3.1 dapat dilihat bagaimana proses untuk menyeleksi *sample* yang dimulai dengan langkah pertama yaitu menentukan target populasi yang akan dijadikan responden dalam sebuah penelitian. Setelah menentukan target populasi, selanjutnya peneliti menentukan batasan *sample* atau *sampling frame* yaitu dengan menentukan elemen-elemen yang menggambarkan *sample* yang akan dipilih. Setelah menentukan *sampling frame* selanjutnya peneliti memilih strategi penentuan *sample* yaitu dengan *probability* atau *nonprobability* dan dilanjutkan dengan menentukan rencana prosedur dalam menyeleksi unit *sample*

diikuti dengan menentukan ukuran *sample* yang akan diambil untuk penelitian. Semua proses perencanaan sudah ditentukan peneliti sudah dapat mengambil unit *sample* yang sesungguhnya berdasarkan dari proses yang sudah ada dan dapat langsung turun ke lapangan untuk melakukan *sampling* (Zikmund et al., 2013)

### **3.3.3 *Sampling Unit***

*Sample* merupakan sebuah bagian dari kelompok (*subset*) atau populasi yang lebih besar (Zikmund et al., 2013). *Sampling unit* berisi orang-orang yang memiliki karakteristik yang sama dengan elemen target populasi (Maholtra, 2010). Dengan demikian di dalam penelitian ini terdapat *sampling unit* yaitu sebagai berikut:

1. UMKM dengan kode KBLI 56102 (Warung Makan)
2. Berdomisili di Kota Tangerang Selatan
3. Sudah pernah berhubungan dengan lembaga keuangan

### **3.3.4 *Time Frame***

Menurut Maholtra (2010), *time frame* adalah lama waktu dilakukan proses penelitian dari awal tahap pengumpulan data hingga proses pengolahan data. Dalam penelitian ini mengambil *time frame* di akhir tahun 2019, tepatnya sampai awal Desember 2019. Penyebaran kuesioner dilakukan oleh peneliti sejak tanggal 14 Oktober 2019 sampai dengan tanggal 29 November 2019. Lamanya penyebaran kuesioner disebabkan oleh peneliti harus mendatangi langsung pelaku UMKM untuk mendapatkan jawaban secara *face to face* dengan responden.



### 3.3.5 *Sampling Technique*

Teknik menentukan ukuran dari *sample* dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

#### 1. *Probability Sampling*

Sebuah teknik menentukan *sample* dimana setiap elemen dari populasi diketahui, terdapat probabilitas dalam setiap pemilihan yang terjadi.

##### a) *Simple Random Sampling*

Sebuah prosedur dalam menentukan *sample* dimana menentukan setiap elemen di dalam populasi dianggap memiliki peluang yang sama (sama rata) dan dimasukkan kedalam *sample*.

##### b) *Systematic Sampling*

Sebuah prosedur dalam menentukan *sample* dimana dengan menentukan titik memulai dengan secara acak dan pada setiap  $n$  di dalam *list* yang sudah ada akan dipilih.

##### c) *Stratified Sampling*

Sebuah teknik menentukan *sample* dengan probabilitas di mana *subsample* yang diambil secara sederhana dan acak yang kurang lebih memiliki karakteristik yang sama dan tergambar dari setiap strata populasi yang ada.

##### d) *Cluster Sampling*

Sebuah teknik menentukan *sample* yang efisien secara ekonomi di mana pengambilan unit *sample* utama bukanlah elemen individu dalam populasi tetapi sekelompok besar elemen.

## 2. *Non-probability Sampling*

Menurut Cooper (2014), *non-probability sampling* merupakan sebuah teknik menentukan *sample* dimana setiap *unit* dari *sample* di tentukan berdasarkan pertimbangan yang sudah ditentukan atau berdasarkan dengan kenyamanan dalam menentukan *sample*, tidak terdapat probabilitas dari penentuan anggota di dalam populasi yang dipilih. Berikut merupakan beberapa jenis dari *non-probability sampling*:

- a. *Purposive sampling* : peneliti menentukan partisipan di dalam *sample* mereka sesuai dengan karakteristik unik atau pengalaman mereka, sikap, atau persepsi; dari mendapatkan kategori atau konsep yang terus berkembang dari peserta selama proses wawancara, peneliti mencari peserta-peserta baru untuk memperjelas pola yang semakin terlihat.
- b. *Snowball sampling* : partisipan di dalam penelitian membantu peneliti memberikan referensi ke orang lain di sekitar mereka yang memiliki karakteristik, pengalaman, atau sikap yang mirip atau berbeda dari mereka.
- c. *Convenience sampling* : peneliti menyeleksi setiap orang yang dapat tersedia untuk menjadi partisipan.

Di dalam penelitian ini peneliti mengambil tehnik *stratified sampling* yaitu dengan menentukan *sample* dengan probabilitas *subsample* yang kurang lebih memiliki karakteristik yang sama dan diambil secara sederhana dan acak. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari sumber langsung Kota Tangerang Selatan mengenai banyaknya jumlah populasi dari UMKM dengan kode KBLI

kuliner 56102 (Warung Makan) di Kota Tangerang Selatan berikut merupakan uraian untuk *stratified sampling* yang dibuat oleh peneliti :

**Tabel 3.1 Stratified Random Sampling UMKM Kuliner di Kota Tangerang Selatan**

No	Kecamatan	Jumlah UMKM Kuliner (Unit)	Rasio (%)
1	Ciputat Timur	1.213	16,18
2	Ciputat	871	11,62
3	Pamulang	818	10,91
4	Pondok Aren	988	13,18
5	Setu	455	6,07
6	Serpong	2.002	26,71
7	Serpong Utara	1.150	15,33
<b>Total</b>		<b>7.497</b>	<b>100</b>

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan, 2019 (Data Diolah)

Berdasarkan pengolahan data jumlah UMKM kuliner di Kota Tangerang Selatan didapatkan probabilitas untuk metode *stratified random sampling*. Pembagian jumlah UMKM berdasarkan kecamatan di Kota Tangerang Selatan yang berjumlah 7 (tujuh) yaitu Ciputat Timur, Ciputat, Pamulang, Pondok Aren, Setu, Serpong dan Serpong Utara. Jumlah keseluruhan dari UMKM kuliner di Kota Tangerang Selatan adalah 7.497 (Sensus UMKM, 2018). Rasio terbesar untuk *sampling* terdapat di Kecamatan Serpong dengan 26,71%.

### 3.3.6 *Sampling Size*

Menurut Hair et al. (2014), pada umumnya peneliti tidak akan menganalisis faktor *sample* kurang dari 50 pengamatan, dan sebaiknya ukuran *sample* harus 100 atau lebih besar. Dengan aturan minimum *sample* penelitian adalah memiliki setidaknya berjumlah lima kali lebih banyak daripada jumlah variabel yang akan dianalisis. Dan untuk analisa *multivariate* akan menjadi lebih baik dengan *ratio* 15:1 atau 20:1 dengan kata lain jumlah minimal *sample* adalah 50 atau 100 pengamatan untuk penelitian. Dengan perhitungan minimal *ratio* untuk observasi adalah 5:1, artinya setiap 5 observasi dilakukan terhadap satu indikator yang yang digunakan dalam penelitian.

Pada penelitian ini diangkat *sample* berjumlah 150 pengamatan dengan memperhitungkan rasio 5 *sample* per indikator penelitian. Terdapat 30 indikator penelitian di dalam penelitian ini, maka jumlah *sample* minimal adalah  $5 \times 30 = 150$  pengamatan. Berdasarkan *stratified random sampling* didapatkan *sampling size* dengan proporsi jumlah sebagai berikut:

**Tabel 3.2 *Sampling Size* perKecamatan di Kota Tangerang Selatan**

No	Kecamatan	Rasio (%)	<i>Sampling Size</i> (Unit)
1	Ciputat Timur	16,18	24
2	Ciputat	11,62	17
3	Pamulang	10,91	16
4	Pondok Aren	13,18	20
5	Setu	6,07	10

No	Kecamatan	Rasio (%)	Sampling Size (Unit)
6	Serpong	26,71	40
7	Serpong Utara	15,33	23
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>150</b>

Sumber : Data Peneliti, 2019

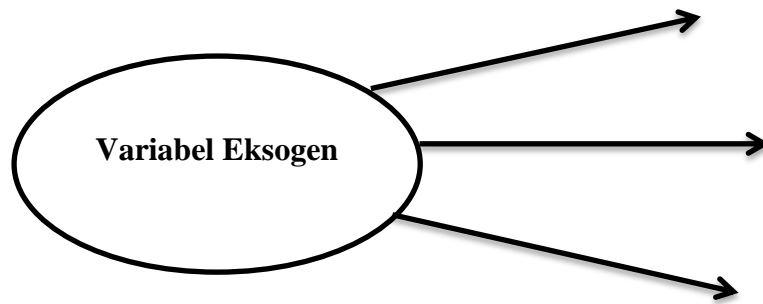
### 3.3.7 Prosedur Penyebaran Kuesioner Penelitian

Pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian yang berbentuk kuesioner tertulis. Dimana peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung dengan mendatangi langsung beberapa UMKM di beberapa daerah dan mendapatkan jawaban dari mereka secara langsung. Peneliti juga dibantu oleh teman dari peneliti untuk ikut menyebarkan kuesioner di beberapa tempat yang dapat mereka jangkau dan dalam teknis penyebarannya peneliti juga melibatkan beberapa teman untuk ikut menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh pelaku UMKM di beberapa daerah yang dituju.

## 3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

### 3.4.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan setiap variabel yang dianggap sebagai variabel bebas di dalam model penelitian. Dimana mereka ditentukan oleh faktor-faktor yang berasal dari luar model penelitian (tidak di jelaskan di dalam model penelitian) (Hair et al., 2014). Variabel eksogen digambarkan di dalam model dengan lingkaran yang memiliki anak panah yang menuju ke luar dari lingkaran tersebut. Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel yang termasuk variabel eksogen yaitu *financial literacy*.

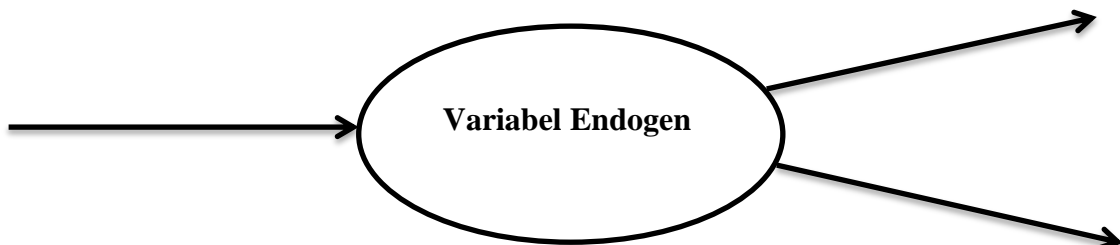


Sumber : Hair et al., 2014

**Gambar 3.2 Variabel Eksogen**

### 3.4.2 Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan setiap variabel yang dianggap sebagai variabel terkait. Dimana mereka ditentukan oleh faktor-faktor di dalam model penelitian (Hair et al., 2014). Variabel endogen digambarkan di dalam model dengan lingkaran yang memiliki setidaknya satu buah anak panah yang menuju ke lingkaran tersebut. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang termasuk variabel endogen yaitu *social capital* dan *financial inclusion*.



Sumber : Hair et al., 2014

**Gambar 3.3 Variabel Endogen**

### 3.4.3 Variabel Teramati

Variabel teramati (*observer variable*) atau variabel terukur (*measured variable*) merupakan nilai dari suatu unit atau pertanyaan secara spesifik, yang mengandung data dari responden dalam merespon pertanyaan (di dalam kuesioner) atau dari beberapa tipe observasi lainnya. Variabel terukur juga

digunakan sebagai indikator dari *latent constructs* atau operasionalisasi dalam sebuah *structural equation modeling* (Hair et al., 2014). Pada penelitian ini terdapat 30 buah pertanyaan di dalam kuesioner penelitian, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah 30 indikator.

### **3.5 Operasional Variabel Penelitian**

Penelitian ini ditujukan untuk mengukur hubungan di antara dimensi dari variabel literasi keuangan yaitu *knowledge, skills, attitude* dan *behavior*, satu variabel mediasi *social capital* terhadap satu variabel terkait yaitu inklusi keuangan. Dengan skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 5 (lima) poin., dimana angka satu menunjukkan sangat tidak setuju dan angka lima menunjukkan sangat setuju. Berikut merupakan definisi operasional dari variabel penelitian:

**Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Skala	Referensi
1	<i>Financial literacy</i>	Tingkat pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan	<p><b>Knowledge :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Saya memiliki pengetahuan yang baik mengenai resiko keuangan</li> <li>2.Saya memiliki pengetahuan menghitung tingkat bunga pinjaman dan kredit</li> <li>3.Saya memiliki pengetahuan yang baik dalam membandingkan produk dan jasa keuangan</li> <li>4.Saya memiliki pengetahuan yang baik mengenai keuntungan dari produk dan jasa keuangan</li> </ol> <p><b>Skills :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Saya memiliki kemampuan untuk membuat anggaran keuangan secara personal</li> <li>2.Saya memiliki kemampuan untuk memilih jasa keuangan apa yang akan dipilih</li> <li>3.Saya memiliki kemampuan untuk mengevaluasi produk</li> </ol>	Likert 1-5	Bongomin et al., 2018



No	Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Skala	Referensi
			<p>atau jasa keuangan yang berbeda</p> <p>4.Saya memiliki kemampuan mengatur keuangan Saya dengan baik</p> <p><b>Attitude :</b></p> <p>1.Saya dapat menabung atau menyimpan uang dengan baik</p> <p>2.Saya dapat mengeluarkan uang secara bertanggung jawab</p> <p>3.Saya dapat mengurus uang dengan cara mengendalikan keuangan dengan baik</p> <p>4.Saya memiliki sikap yang baik dalam menghadapi masalah keuangan</p> <p><b>Behavior :</b></p> <p>1.Saya selalu membaca syarat dan ketentuan tentang penggunaan produk atau layanan keuangan</p> <p>2.Saya selalu menyisihkan uang untuk penggunaan masa</p>		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Skala	Referensi
			<p>depan Saya</p> <p>3. Saya selalu memilih produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi Saya</p> <p>4.Saya selalu membelanjakan uang dengan berpegang teguh pada anggaran keuangan pribadi Saya</p>		
2	<i>Social capital</i>	Ciri-ciri organisasi sosial, seperti jaringan, norma-norma, dan kepercayaan yang memudahkan koordinasi dan kerjasama untuk mendapatkan manfaat bersama.	<p>1.Saya selalu membagikan informasi mengenai orang-orang lain di dalam lingkungan ini.</p> <p>2.Saya selalu bersikap jujur dengan orang-orang di lingkungan Saya.</p> <p>3.Saya mempercayai orang-orang di lingkungan.</p> <p>4.Saya biasa dalam mempercayai orang lain dalam hal memberikan dan meminjamkan uang.</p> <p>5.Saya selalu membagikan ide Saya dan ikut memberikan masukan dengan orang lain di lingkungan Saya.</p>	Likert 1-5	Bongomin, et al., 2015
3	<i>Financial</i>	Hak setiap orang	1.Terdapat banyak media penyaluran jasa keuangan di	Likert 1-5	Bongomin, et

No	Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Skala	Referensi
	<i>inclusion</i>	Untuk memiliki akses dan layanan penuh dari lembaga keuangan secara tepat waktu, nyaman, informatif, dan terjangkau biayanya, dengan penghormatan penuh kepada harkat dan martabatnya. Layanan keuangan tersedia bagi seluruh segmen	<p>sekitar lingkungan ini.</p> <p>2.Terdapat banyak cabang dari institusi keuangan di sekitar lingkungan ini.</p> <p>3.Terdapat layanan pembayaran yang diberikan oleh kebutuhan keuangan.</p> <p>4.Terdapat produk pinjaman yang disediakan oleh lembaga keuangan yang berguna bagi Saya.</p> <p>5.Terdapat layanan pembayaran yang disediakan oleh lembaga keuangan yang berguna bagi Saya.</p> <p>6.Terdapat produk dan layanan yang disediakan oleh instansi keuangan yang ramah bagi Saya.</p> <p>7.Terdapat produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan telah meningkatkan standar hidup Saya.</p> <p>8.Terdapat produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan telah menyebabkan peningkatan</p>		al., 2018

No	Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Skala	Referensi
		masyarakat, dengan perhatian khusus kepada orang miskin, orang miskin produktif, pekerja migrant, dan penduduk di daerah terpencil.	konsumsi dalam rumah tangga Saya. 9.Terdapat produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan telah memungkinkan Saya untuk memperoleh lebih banyak aset.		

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Metode Analisis Data *Pre-test* Menggunakan Faktor Analisis

*Pre-test* digunakan sebagai penilaian terhadap pertanyaan dan alat yang digunakan sebelum memulai penelitian (Cooper, 2014). Faktor analisis digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi dari setiap indikator dan untuk melihat apakah indikator tersebut sudah dapat mewakili sebuah variabel. Faktor analisis juga memiliki beberapa fungsi seperti melihat apakah data yang sudah diolah valid dan reliabel atau tidak serta mengidentifikasi apakah indikator dari setiap variabel menjadi satu kesatuan atau memang mempunyai persepsi yang berbeda (Maholtra, 2010).

##### 3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur atau *measurement* yang digunakan sudah terukur secara efisien atau tidak di dalam setiap variabel yang ada di dalam penelitian (Maholtra, 2010). Suatu indikator dikatakan valid jika pertanyaan dari indikator dapat menilai sesuatu yang diukur oleh indikator tersebut, dengan semakin tinggi nilai validitas menunjukkan semakin baik suatu penelitian. *Measurement* menjadi valid jika sesuai dengan ketentuan berikut ini :

**Tabel 3.4 Uji Validitas**

No.	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
1	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO)</i> merupakan indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan dari faktor analisis.	Jika nilai menunjukkan angka dibawah 0,5 maka faktor analisis tidak valid, dan jika nilai menunjukkan angka di antara 0,5

No.	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
		sampai 1,0 maka faktor analisis sudah valid (Maholtra, 2010).
2	<p><b><i>Bartlett's Test of Sphericity</i></b></p> <p>merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa variabel tidak berkorelasi dalam populasi dengan nilai (<math>r=1</math>) yang berarti memiliki korelasi dan (<math>r=0</math>) berarti tidak memiliki korelasi</p>	<p>Jika nilai hasil uji menunjukkan signifikan di antara 0,5 sampai 1,0 maka menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dan sesuai dengan harapan serta valid (Maholtra, 2010).</p>
3	<p><b><i>Factor Loading of Component Matrix</i></b> merupakan besaran korelasi pada suatu indikator dengan menggabungkan setiap variabel dan bertujuan untuk menentukan validitas pada setiap indikator.</p>	<p>Sebuah indikator penelitian dikatakan valid jika nilai dari <i>factor loading</i> lebih besar dari 0,50 (Maholtra, 2010)</p>
4	<p><b><i>Anti Image Matrices</i></b></p> <p>Untuk menilai apakah hubungan dari setiap variabel memiliki kesalahan atau tidak</p>	<p>Dengan memperhatikan nilai dari MSA (<i>Measure of Sampling Adequacy</i>) di dalam diagonal <i>anti image correlation</i>. Jika nilai MSA <math>\geq 0,50</math> variabel dapat dianalisa lebih lanjut dan sebaliknya jika nilai MSA</p>

No.	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
		≤0,50 variabel tidak dapat dianalisa lebih lanjut (Maholtra, 2010).

### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tingkat konsistensi skala pengukuran yang digunakan secara berulang dengan tujuan untuk memastikan bahwa jawaban dari responden tidak terlalu bervariasi sehingga sebuah skala pengukuran dapat diandalkan dan terus dipakai di dalam penelitian (Maholtra, 2010). Penilaian untuk uji reliabilitas pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan *reliability coefficient*, dimana penilaian konsistensi dari seluruh skala adalah dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. Untuk batas minimal dari penilaian menggunakan *Cronbach's alpha* adalah 0,7 (Hair et al., 2014).

### 3.6.2 Analisis Mediasi

Tujuan dari analisis mediasi adalah untuk menyelidiki hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis pencarian juga bertujuan untuk menjawab pertanyaan apakah independen variabel menyebabkan perubahan dalam variabel dependen dan apakah variabel mediator hadir atau tidak (Yay, 2016).

#### 3.6.2.1 Sobel Test

Yay (2016) mengatakan bahwa efek dari variabel mediasi dapat diuji signifikansinya dengan perkiraan *standard error* nya. Dengan menggunakan Sobel (1982) *firstorder test* merupakan cara yang paling umum digunakan untuk

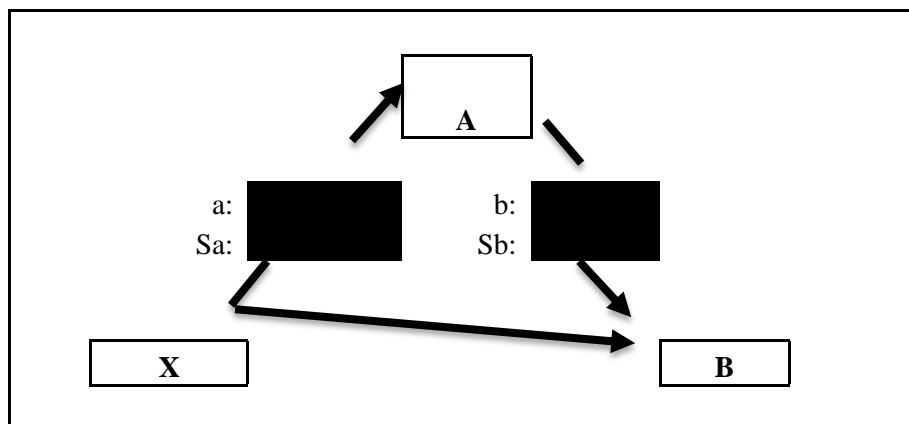
menguji koefisien dengan menggunakan metode delta multivarian. Dengan rumus kalkulasi dari *sobel test* adalah sebagai berikut :

$$S_{first} = \sqrt{\hat{a}^2 s_{\hat{b}}^2 + \hat{b}^2 s_{\hat{a}}^2}$$

Keterangan :

- i.  $\hat{a}$  : *unstandardized regression coefficient* dari a
- ii.  $s_{\hat{a}}$  : *Standard Error* a
- iii.  $\hat{b}$  : *unstandardized regression coefficient* dari b
- iv.  $s_{\hat{b}}$  : *Standard Error* b

*Sobel test* juga dapat dihitung dengan menggunakan kalkulator khusus untuk menghitung nilai dari *sobel test* seperti gambar berikut ini :



Sumber : Moarefi & Sweis, 2018

### 3.6.3 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model* (SEM)

Teknik multivariat yang menggabungkan aspek-aspek analisis faktor dan regresi berganda yang memungkinkan peneliti untuk secara simultan memeriksa serangkaian hubungan ketergantungan atau kausal linier yang saling terkait antara variabel yang diukur dan konstruk laten (variasi) serta antara beberapa konstruk laten (Hair et al., 2014). Analisa hasil penelitian ini menggunakan metode SEM



(*Structural Equation Model*) karena model penelitian memiliki variabel mediasi. *Software* yang digunakan adalah Amos versi 24.0 untuk melakukan uji validitas, realibilitas, hingga uji hipotesis penelitian.

Persamaan umumnya adalah :

$$Y = Bx + \Gamma x + \zeta$$

Keterangan :

$Y$  = *vector* variabel *endogenous* (dependen)

$X$  = *vector* variabel *exogenous* (independen)

$\zeta$  = *vector* gangguan (*error disturbance*)

$B$  dan  $\Gamma$  = koefisien matrik

Sehingga di dalam penelitian ini didapatkan model persamaan struktural sebagai berikut :

$$\eta_1 = \gamma_{1.1}\xi_1 + \zeta_1$$

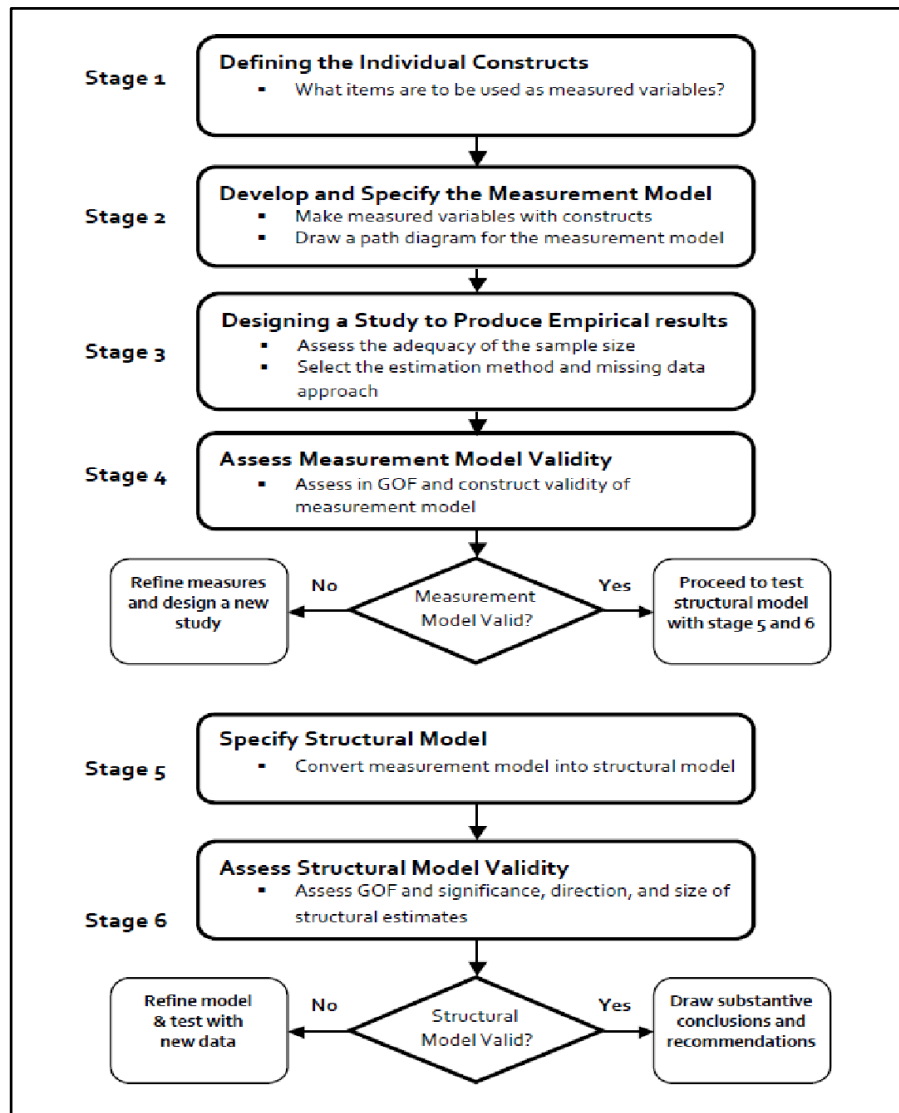
$$\eta_2 = \gamma_{2.1}\xi_1 + \beta_{2.1}\eta_1 + \zeta_2$$

### **3.6.2.1 Variabel-variabel dalam SEM**

Di dalam SEM (*structural equation modeling*) terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel laten (*latent variables*) dan variabel terukur (*measured variables*). Variabel laten dibagi menjadi dua jenis yaitu eksogen (variabel bebas) dan endogen (variabel terikat) (Hair et al., 2014). Variabel terukur atau indikator merupakan pengukuran sebuah variabel yang dapat diamati secara empiris (Hair et al., 2014).

### 3.6.2.2 Tahapan Prosedur SEM

Menurut buku dari Hair et al., (2014) terdapat tujuh tahapan dalam membentuk dan menganalisa SEM (*structural equation modeling*) yaitu sebagai berikut :



Sumber : Hair et al., 2014

**Gambar 3.4 Tahapan-tahapan *Structural Equation Model* (SEM)**

Menurut gambar 3.4 tahapan-tahapan dari SEM (*structural equation modeling*) dijabarkan sebagai seperti di bawah ini:

1. Pembentukan model teori yang akan digunakan sebagai dasar model dari analisa menggunakan SEM, teori yang diangkat harus didasari oleh teoritis yang kuat dan menggambarkan model yang akan diangkat.
2. Membuat *path* diagram berdasarkan dasar teori dari penelitian ini dengan menghubungkan setiap variabel yang akan diangkat di dalam penelitian ini.
3. Membagi *path* diagram yang sudah dibuat menjadi dua set yang akan dibagi menjadi model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*).
4. Memilih matrik data untuk menginput dan mengestimasi model yang akan diajukan ke dalam analisa SEM.
5. Menentukan identifikasi dari struktural model. Gejala yang biasa terjadi di dalam penentuan indentifikasi dari struktural model sebagai berikut :
  - a. *Standard error* dari beberapa koefisien sangat besar
  - b. Korelasi antar korelasi estimasi yang sangat tinggi (lebih dari 0,9)
  - c. Munculnya angka yang tidak relevan dan eror dari varian yang menunjukkan angka negatif
6. Mengevaluasi kriteria dari *goodness of fit* atau uji kecocokan. Dengan kriteria evaluasi adalah sebagai berikut :
  - a. Ukuran *sample* minimal 100-150 dengan perbandingan 5 observasi untuk setiap skala pengukuran
  - b. Normalitas dan linearitas
  - c. Multikolinearitas dan singularity

d. Outliers

7. Mengintepretasikan hasil yang di dapatkan dari analisa model menggunakan SEM.

**3.6.2.4 Kecocokan Model Struktural**

Pengukuran dari *Goodness of Fit* dibagi menjadi 3 bagian yaitu *absolute fit measurement* (ukuran kecocokan absolut), *incremental fit measurement* (ukuran kecocokan incremental), dan *parsimonious for measures* (ukuran kecocokan parsimoni) (Hair et al., 2014). *Absolute fit measurement* memiliki fungsi untuk menentukan prediksi model yang berupa derajat keseluruhan terhadap matrik korelasi dan kovarian. *Incremental fit measurement* berguna untuk perbandingan antara model yang diusulkan dengan model yang menjadi dasar atau biasa disebut *independence model*. *Parsimonious for measures* digunakan sebagai pengukuran model yang memiliki *degree of fit* tertinggi dari *degree of freedom* lainnya.

Pengujian menggunakan *Goodness of Fit* di dalam uji struktural model memiliki beberapa ketentuan nilai sebagai berikut :

**Tabel 3.5 Perbandingan Ukuran *Goodness of Fit* (GOF) – *Absolute Fit Measure***

<b>Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)</b>	<b>Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima</b>	<b>Kriteria Uji</b>
<i>Absolute Fit Measure</i>		
<i>Statistic Chi-Square (X<sup>2</sup>)</i>	Nilai yang kecil	<i>Good Fit</i>
<i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	GFI ≥ 0.90	<i>Good fit</i>
	0.80 ≤ GFI ≤ 0.90	<i>Marginal fit</i>

<b>Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)</b>	<b>Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima</b>	<b>Kriteria Uji</b>
	$GFI \leq 0.80$	<i>Poor fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	$RMSEA \leq 0.08$	<i>Good fit</i>
	$0.80 \leq RMSEA \leq 0.10$	<i>Marginal fit</i>
	$RMSEA \geq 0.10$	<i>Poor fit</i>

Sumber : Wijanto, 2008

**Tabel 3.6 Perbandingan Ukuran *Goodness of Fit* (GOF) *Incremental Fit Measure***

<b>Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)</b>	<b>Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima</b>	<b>Kriteria Uji</b>
<b><i>Incremental Fit Measure</i></b>		
<i>Tucker-Lewis Index</i> atau <i>Non-Normed Fit Index (TLI</i> atau <i>NNFI)</i>	$NNFI \geq 0.90$	<i>Good fit</i>
	$0.80 \leq NNFI \leq 0.90$	<i>Marginal fit</i>
	$NNFI \leq 0.80$	<i>Poor fit</i>
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	$NFI \geq 0.90$	<i>Good fit</i>
	$0.80 \leq NFI \leq 0.90$	<i>Marginal fit</i>
	$NFI \leq 0.80$	<i>Poor fit</i>
<i>Relative Fit Index (RFI)</i>	$RFI \geq 0.90$	<i>Good fit</i>
	$0.80 \leq RFI \leq 0.90$	<i>Marginal fit</i>
	$RFI \leq 0.80$	<i>Poor fit</i>
<i>Incremental Fit Index (IFI)</i>	$IFI \geq 0.90$	<i>Good fit</i>

<b>Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)</b>	<b>Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima</b>	<b>Kriteria Uji</b>
	$0.80 \leq IFI \leq 0.90$	<i>Marginal fit</i>
	$IFI \leq 0.80$	<i>Poor fit</i>
<i>Comperative Fit Index (CFI)</i>	$CFI \geq 0.90$	<i>Good fit</i>
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$	<i>Marginal fit</i>
	$CFI \leq 0.80$	<i>Poor fit</i>

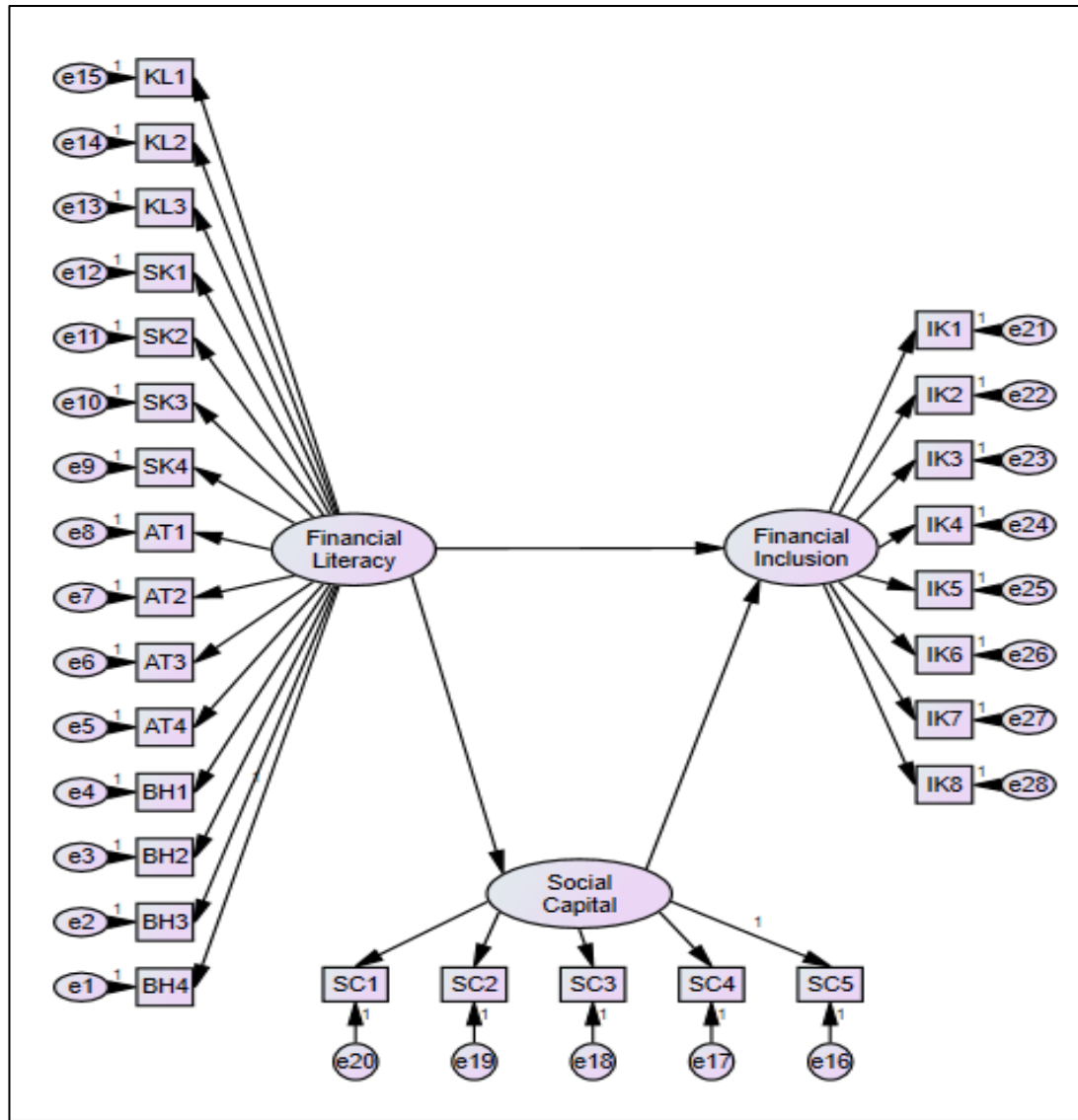
Sumber : Wijanto, 2008

**Tabel 3.7 Perbandingan Ukuran *Goodness of Fit* (GOF) *Parsimonius Fit Measure***

<b>Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)</b>	<b>Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima</b>	<b>Kriteria Uji</b>
<b><i>Parsimonius Fit Measure</i></b>		
<i>Normed Chi-Square (<math>X^2</math>)</i>	$CMIN/DF < 2$	<i>Good Fit</i>
<i>Parsimonius Goodness Fit Index (PGFI)</i>	$PGFI \geq 0.50$	<i>Good fit</i>

Sumber : Wijanto, 2008

### 3.6.3 Model Pengukuran



Sumber : Data Peneliti, 2019

Gambar 3.5 Model Awal Penelitian