

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) alasan peneliti melakukan penelitian di Jabodetabek adalah melihat para masyarakat di wilayah tersebut memiliki niat dalam berinfaq *online*. Waktu penelitian ini berlangsung selama bulan Desember 2022-Juni 2023, penelitian ini dilakukan pada waktu tersebut karena waktu yang efektif untuk melakukan penelitian sehingga peneliti dapat secara maksimal mencurahkan waktu dan tenaga untuk memfokuskan diri pada penulisan skripsi.

3.2 Desain Penelitian

Pada penelitian ini metode yang akan digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian struktural yakni dengan menghubungkan pengaruh antarvariabel dalam satu jalur secara bersamaan. Adapun penelitian ini menggunakan data primer melalui metode survei *online*. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis pengaruh kepercayaan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan antara transparansi, keamanan, citra merek, pengaruh

sosial dan religiositas terhadap niat berinfaq *online*.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berniat melakukan infaq *online* melalui aplikasi Kitabisa.com. Populasi terjangkau penelitian ini adalah dari wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)
2. Pengambilan sampel yang digunakan masyarakat ini menggunakan Teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel (penentuan responden) berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan alat analisis SEM AMOS sehingga membutuhkan minimal 200 responden.

Adapun kriteria responden atau sampel yang ditentukan oleh peneliti yaitu:

1. Responden berdomisili di Jabodetabek.
2. Responden berusia >17.
3. Responden mengetahui Platform Kitabisa.com.
4. Berniat melakukan infaq *online*

Kriteria ini digunakan bahwa pada usia 17 tahun merupakan batas minimal yang sering dipakai untuk mengukur kedewasaan seseorang, peneliti yakin bahwa pada usia tersebut responden sudah sangat matang dan memiliki keseriusan dalam pengisian kuesioner tersebut. Adapun kuesioner lengkap yang siap disebarakan kepada responden dapat dilihat pada lampiran satu.

3.4 Pengembangan Instrumen

Dalam penelitian ini terdapat tujuh variabel yang diukur yaitu infaq *online*, kepercayaan, transparansi, keamanan, citra merek, pengaruh sosial dan Religiositas, serta menggunakan skala likert 1-6 poin sebagai tingkat pengukuran dengan tujuan untuk mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan yang disajikan. Chomeya (2010), mengemukakan bahwa skala *Likert* 1-6 poin cenderung membuat reliabilitas yang tinggi, sehingga penggunaannya untuk penelitian ini akan sangat baik.

3.4.1 Kepercayaan

Indikator-indikator dari Aji et al. (2021), Hall dan Dugan (2000) dan Ridings et al. (2002) dipilih dan diadaptasi untuk mengukur variabel kepercayaan. Skala ini diukur oleh enam poin *Likert type* 1= sangat tidak setuju hingga 6= sangat setuju.

Tabel 3. 1Instrumen Penelitian Kepercayaan

No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1`	<i>i trust the organizationthat organize the infaq fund online</i>	Saya percaya Kitabisa.com menyelenggarakan dana infak secara <i>online</i>	(Aji et al., 2021)
2	<i>I trust that the organization organizedthe online infaq fund Ethically</i>	Saya mempercayai Kitabisa.com memiliki etika yang baik	(Aji et al., (2021)
3	<i>I trust that the organization organizedthe online infaq fund Appropriately</i>	Saya mempercayai Kitabisa.com melaksanakan tanggung jawab sebagaimana mestinya	(Aji et al., 2021)
4	<i>I trust that the organization organizedthe online infaq fund Sensitively</i>	Saya mempercayai Kitabisa.com memiliki sensitifitas terhadap kepentingan pengguna layanan	(Aji et al., 2021)

No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
5	<i>You think the people at your insurer are completely honest</i>	Saya yakin bahwa orang-orang di Kitabisa.com berlaku jujur	(Hall & Dugan, 2000)
6	<i>You feel like you have to double check everything [your insurer] does</i>	Saya yakin Kitabisa.com melaporkan penyelenggaraan infaq <i>online</i> kepada pengguna layanan	(Ridings et al., 2002)
7	<i>I feel that people are generally reliable</i>	Saya merasa bahwa Kitabisa.com dapat diandalkan	

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023)

3.4.2 Keamanan

Indikator-indikator dari Arasu dan Viswanathan (2011) dipilih dan diadaptasi untuk mengukur variabel keamanan. Skala ini diukur oleh enam poin *likert type* 1= sangat tidak setuju hingga 6= sangat setuju.

Tabel 3. 2 Penelitian Keamanan

No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1	<i>Sites I use to pay infaq online will never sell my personal information to other companies.</i>	Platform yang Saya gunakan untuk melakukan infaq secara <i>online</i> tidak akan pernah menjual informasi pribadi saya kepada perusahaan lain.	(Arasu & Viswanathan, 2011)
2	<i>The identity of the site I use to pay zakat online is worthy of trust</i>	Identitas dari platform yang Saya gunakan untuk melakukan infaq secara <i>online</i> layak untuk Dipercaya	(Arasu & Viswanathan, 2011)
3	<i>The site I use to pay infaq online will not be able to transact in the event of a system failure</i>	Sistem Kitabisa.com tidak akan dapat lanjut bertransaksi infaq jika terjadi kegagalan sistem (error)	(Arasu & Viswanathan, 2011)
4	<i>The site I use to pay infaq online confirms my identity before processing Infaq transactions</i>	Platform yang Saya gunakan untuk melakukan infaq secara <i>online</i> memastikan identitas saya sebelum memproses transaksi Infaq	(Arasu & Viswanathan, 2011)

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023)

3.4.3 Transparansi

Indikator-indikator dari Hossiep et al. (2021), Kumar et al. (2012) dan Bhattacharjee (2014) dipilih dan diadaptasi untuk mengukur variabel transparansi. Skala ini diukur oleh enam poin *likert type 1=* sangat tidak setuju hingga *6=* sangat setuju.

Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian Transparansi

No	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Hasil Sumber
1	<i>The information I receive from [X] covers all the topics I want to know about.</i>	Kitabisa.com selalu berupaya membuka akses informasi kepada pengguna nya tentang apapun yang ingin diketahui.	
2	<i>The information from [X] is clear</i>	Informasi yang diberikan dari Kitabisa.com adalah jelas.	
3	<i>The information from [X] appears to be true.</i>	Informasi yang diberikan dari Kitabisa.com adalah merupakan suatu kebenaran.	(Hossiep et al., 2021)
4	<i>The information from [X] comes at an appropriate time.</i>	Informasi yang diberikan dari Kitabisa.com adalah informasi terkini sesuai dengan kondisi saat ini.	
5	<i>The topic [X] informs me about is relevant for me.</i>	Informasi yang diberikan oleh Kitabisa.com relevan bagi saya.	
6	<i>The company could be transparent and it would guarantee that you would know what to expect during your interactions, transparency would help though</i>	Kitabisa.com mampu memberikan jaminan transparansi selama berinteraksi dengan pengguna layanan.	(Kumar et al., 2012)
7	<i>Amazon [OBD] is open and receptive to customer needs</i>	Kitabisa.com terbuka dalam memenuhi kebutuhan pengguna layanan.	(Bhattacharjee, 2014)

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023)

3.4.4 Citra Merek

Indikator-indikator dari Bravo et al. (2009), Martõ dan Chernatony (2004) dan Salinas et al. (2009) dipilih dan diadaptasi untuk mengukur variabel citra merek. Skala ini diukur oleh enam poin *likert type* 1= sangat tidak setuju hingga 6= sangat setuju.

Tabel 3. 4 Instrumen Penelitian Citra Merek

No	Indikator asli	Indikator adaptasi	Sumber
1	<i>X offers an ample variety of products and services</i>	Aplikasi (brand) Kitabisa.com menawarkan berbagai variasi layanan infaq <i>online</i>	
2	<i>This entity is honest</i>	Aplikasi (brand) Kitabisa.com dikenal sebagai penyelenggara infaq yang memiliki integritas	
3	<i>The brand is interesting</i>	Aplikasi (brand) Kitabisa.com menarik	(Martõ & Chernatony, 2004)
4	<i>i have a clear impression of the type of people who consume the brand</i>	Saya memiliki kesan yang jelas tentang tipe pengguna di Aplikasi (brand) Kitabisa.com	(Salinas et al., 2009)
5	<i>It's a brand that doesn't disappoint its customers</i>	Aplikasi (brand) Kitabisa.com tidak pernah mengecewakan pengguna layanan nya	
6	<i>The brand is very consolidated in the market</i>	Aplikasi Kitabisa.com melekat di benak masyarakat	

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023)

3.4.5 Pengaruh sosial

Indikator-indikator dari Harmaini et al. (2022) dan Singh et al. (2020) dipilih dan diadaptasi untuk mengukur variabel pengaruh sosial. Skala ini diukur oleh enam poin *likert type* 1= sangat tidak setuju hingga 6= sangat setuju.

Tabel 3. 5 Instrumen Penelitian Pengaruh Sosial

No	Indikator asli	Indikator adaptasi	Sumber
1	<i>I pay zakat because it is a habit from my parents</i>	Saya melakukan infaq <i>online</i> karena kebiasaan dari orang tua saya	(Harmaini et al., 2022)
2	<i>I pay zakat because of encouragement from relatives/other family members</i>	Saya melakukan infaq <i>online</i> karena dorongan dari kerabat/anggota keluarga lainnya	
3	<i>I pay zakat because I learn from my Ustad (teacher/lecturer)</i>	Saya melakukan infaq <i>online</i> karena pengetahuan yang saya dapatkan dari ustad saya (guru/dosen)	(Singh et al., 2020)
4	<i>People who are important to me would recommend to use a mobile wallet</i>	orang yang penting bagi Saya akan merekomendasikan untuk melakukan infaq <i>online</i>	
5	<i>People who are important to me influence my decision to use a mobile wallet.</i>	Orang-orang yang penting bagi saya memengaruhi keputusan Saya untuk melakukan infaq <i>online</i>	
6	<i>People who are important to me think that I should use a mobile wallet</i>	Orang yang penting bagi saya berpikir bahwa Saya harus melakukan infaq <i>online</i>	

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023)

3.4.6 Religiositas

Indikator-indikator dari Shukor et al. (2017) dipilih dan diadaptasi untuk mengukur variabel Religiositas. Skala ini diukur oleh enam poin *likert type* 1= sangat tidak setuju hingga 6= sangat setuju.

Tabel 3. 6 Instrumen Penelitian Religiositas

No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1	<i>I believe in Allah.</i>	Saya percaya kepada Allah dan anjuran Nya untuk berinfaq	(Shukor et al., 2017)
2	<i>My religion is very important to me.</i>	Agama sungguh penting bagi saya	
3	<i>Religious beliefs influence all my dealings with others.</i>	Keyakinan agama memengaruhi seluruh hubungan Saya dengan orang lain	
4	<i>In general, I consider myself as a devoted Muslim</i>	Secara umum, Saya adalah umat yang taat pada agama saya	
5	<i>It is important for me to show good manners to everyone</i>	Penting bagi Saya untuk berperilaku baik kepada setiap orang	
6	<i>It is important for me to do good deeds for others</i>	Penting bagi Saya untuk melakukan perbuatan baik kepada orang lain	
7	<i>It is important for me to follow Allah's Commandments conscientiously</i>	Penting bagi Saya untuk mengikuti perintah Allah dengan sungguh-sungguh	

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023)

3.4.7 Niat Berinfaq *Online*

Indikator-indikator dari Venkatesh et al. (2003) dan Lie et al. (2017) dipilih dan diadaptasi untuk mengukur variabel infaq *online*. Skala ini diukur oleh enam poin *likert type* 1= sangat tidak setuju hingga 6= sangat setuju.

Tabel 3. 7 Instrumen Penelitian Niat Berinfaq secara *Online*

No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1	<i>I intend to use the system in the next months.</i>	Saya berencana untuk berinfaq secara <i>online</i> melalui aplikasi Kitabisa.com dalam beberapa bulan	(Venkatesh et al., 2003)
2	<i>I predict I would use the system in the next months.</i>	Saya berniat untuk menggunakan aplikasi Kitabisa.com dalam beberapa bulan ke depan.	
3	<i>I plan to use the system in the next months.</i>	Saya berniat menyumbangkan uang saya untuk berinfaq secara <i>online</i> di masa yang akan datang.	
4	<i>I want to for continue to donate money to charity fundraising projects at future</i>	Saya perkirakan akan terus menggunakan aplikasi Kitabisa.com di masa yang akan datang	(Lie et al., (2017)
5	<i>I probably won't be donating money to a charity fundraising project in the future</i>	Saya mungkin tidak akan berinfaq secara <i>online</i> di aplikasi Kitabisa.com di masa depan	

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023)

3.5 Definisi konseptual

Definisi konseptual pada penelitian ini terdiri dari tujuh variabel yaitu sebagai berikut:

1. Niat Infaq *online* adalah harta yang dikeluarkan seseorang dari pribadinya kepada orang membutuhkan dan merupakan salah satu amalan umat muslim yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.
2. Kepercayaan adalah dimana pihak lain mempercayai akan transaksi bisnis yang dilakukan oleh kedua belah pihak tanpa adanya prasangka buruk dan menjadi suatu pondasi bisnis untuk kedua belah pihak saling mempercayai.
3. Transparansi adalah kejujuran yang dilakukan oleh seseorang ataupun lembaga pada saat menyampaikan informasi dan mengomunikasikan segala kebijakan yang lembaga lakukan kepada para pemberi amanah.
4. Keamanan adalah dimana suatu konsumen merasa aman dengan lembaga yang mereka pilih untuk melakukan transaksi yang dibutuhkan nya, sehingga tidak merasakan adanya ancaman ataupun bahaya pada data mereka.
5. Citra merek adalah salah satu hal yang sangat penting bagi perusahaan ataupun jasa, karena dengan memiliki citra yang baik kepada para konsumen dapat membuat kesan yang baik dengan para konsumennya.

6. Pengaruh sosial adalah dampak yang didapati oleh seseorang dari sekitarnya. Pengaruh tersebut bisa didapat dari internal dan eksternal. Biasanya pengaruh yang sering didapati yaitu pengaruh penggunaan teknologi.
7. Religiositas adalah kepercayaan seseorang pada agama yang dianutnya dan mendapat dorongan dari agama tersebut untuk menanamkan nilai-nilai kebaikan dan melakukan kegiatan kebaikan.

3.6 Definisi Operasional

Pada penelitian ini menggunakan lima variabel kemudian dijabarkan dengan definisi operasional variabel yang menjelaskan variabel yang diteliti menjadi indikator-indikator untuk mengukur keadaan yang sebenarnya. Berikut merupakan definisi operasional setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

- 1) Kepercayaan pada lembaga organisasi penyelenggara dana infaq *online* diukur melalui tujuh indikator ialah percaya bahwasanya organisasi yang menyelenggarakan dana infaq secara *online* secara etis, tepat, sensitif, jujur dan dapat diandalkan.
- 2) Keamanan atau *security system* bisa diukur melalui empat indikator berikut yaitu tidak menjual informasi pribadi para muzakki, layak dipercaya pada identitas muzakki, tidak ada transaksi saat kegagalan sistem, dan memastikan identitas muzakki sebelum proses transaksi infaq.

- 3) Transparansi memiliki tujuh pertanyaan yang terdiri dari mendapatkan informasi yang dibutuhkan, kebenaran, sesuai dengan keadaan, menjamin mengetahui adanya transaksi dan terbuka.
- 4) Niat infaq *online* dapat diukur melalui lima indikator yaitu berencana untuk menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk menyalurkan dananya secara *online* dalam waktu beberapa bulan ke depan.
- 5) Citra merek bisa diukur melalui tujuh indikator ialah variasi layanan, lembaga infaq *online* dapat jujur, dapat diandalkan, menarik, jelas, tidak mengecewakan dan melekat di masyarakat.
- 6) Pengaruh sosial mempunyai tujuh pertanyaan yang terdiri dari dapat dipengaruhi dari lingkungan sekitar baik dari, orangtua, kerabat, anggota keluarga lainnya, guru, dosen, dan semata-mata ingin mendapat keridhoan dari Allah SWT.
- 7) Religiositas diukur lewat tujuh pertanyaan yaitu kepercayaan kepada Tuhan, kepentingan agama, keyakinan, ketaatan, perilaku baik dan menjalankan semua perintah agama.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan data primer yang peneliti peroleh dari penyebaran kuesioner *online* pada responden. Pada penelitian ini, mengolah data menggunakan *software* SPSS (*Statistical Program For Social Science*) yang digunakan sebagai program untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas dari instrumen yang telah diberikan oleh responden melalui kuesioner yang diberikan. Indikator yang sudah terbukti validitasnya dan reliabilitasnya akan masuk ke metode pengujian kelayakan model dan uji hipotesis dengan *Structural Equation Modelling* atau biasa dikenal dengan SEM menggunakan *software* AMOS (*Analysis of Moment Structure*). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa uji analisis untuk menganalisis data penelitian yakni sebagai berikut:

3.8.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas digunakan agar mengetahui kelayakan butir-butir dalam sebuah daftar pertanyaan dalam mendefinisikan sebuah variabel. Daftar pertanyaan ini umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5% jika $r_{table} < r$ hitung maka valid (Sugiyono, 2014) jadi suatu instrumen pengukuran dapat dikatakan

valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur (Yusup, 2018).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden untuk menjawab hal yang berkaitan dengan konstruksi-konstruksi pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Menurut Sugiyono (2014) reliabilitas mempermasalahkan sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya karena keajegannya. Suatu instrumen dengan pilihan jawaban 2 atau lebih dikatakan reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan terhadap subjek yang sama (*test-retest*) diperoleh hasil yang relatif sama atau dalam satu kali pengukuran dengan instrumen yang berbeda (*equivalent*) diperoleh hasil yang relatif sama. Pengujian reliabilitas menggunakan uji *alfa cronbach* dilakukan jika koefisien reliabilitas *alfa cronbach* lebih dari 0,70 maka dapat dikatakan *reliable* (Yusup, 2018).

3.8.3 Uji Kelayakan Model

Sejak awal decade 1950-an, para ahli pada bidang ahli ilmu-ilmu sosial atau *behavioral* termasuk manajemen telah meningkatkan sebuah metode penelitian yang disebut *Structural Equation Modeling* (SEM). Pada awalnya, metode SEM hanya bagus pada tataran konsepsi. Metode SEM pada saat itu masih belum dapat digunakan karena masih terbatasnya teknologi. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi komputer, metode SEM saat ini semakin dikenal dan banyak dipakai pada penelitian *behavioral* dan manajemen (Vogt, 2015). Latan (2012) menerangkan bahwa terbentuknya perangkat lunak (*software*) *Structural Equation Modeling* (SEM) bermula dari dikembangkannya *analysis covariance* oleh Joreskog (1973), Keesling (1972) dan Wiley (1973). *Software* SEM pertama yang dihasilkan adalah LISREL (*Linear Structural Relationship*) oleh Karl Joreskog dan Dag Sorbom (1974). Tujuan utama dari perkembangan *software* SEM saat itu untuk menciptakan suatu alat analisis yang lebih *powerful* dan dapat menjawab berbagai masalah riset yang lebih substantif dan komprehensif.

Pada penelitian ini dilakukan uji kelayakan model dengan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan *software Analysis of Moment Structure* (AMOS) 21.0 yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antara variabel dan untuk mengetahui model

penelitian yang *fit*. Uji kelayakan model dilakukan dengan mencari sampai nilai P atau *probability* pada model *fit* > 0,05 (Hair et al., 2019). Model penelitian mempunyai gambaran berupa bentuk diagram jalur (*path diagram*) dan peneliti melakukan modifikasi dengan mengeliminasi beberapa indikator hingga model *fit* > 0,05.

<i>Goodness of fit indices</i>	<i>Cut off value</i>
Chi-square	Diharapkan kecil
<i>Probability level</i>	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Collier (2020)

3.8.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) menggunakan *software* AMOS yang bertujuan untuk mengukur secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada instrumen maka uji hipotesis dapat dilaksanakan. Hipotesis diterima atau ditolak dapat diketahui melalui nilai P pada estimasi dengan kriteria, jika nilai $P < 0,05$ menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sedangkan jika nilai $P > 0,05$ menandakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Selain itu, dapat dilakukan pengujian signifikan dengan menggunakan nilai C.R. > 1,96 dapat disimpulkan bahwa hipotesis memengaruhi secara signifikan namun jika nilai C.R. < 1,96 maka

nilai P akan $> 0,05$ sehingga hipotesis ditolak. Uji pengaruh tidak langsung dapat dilihat pada *output* AMOS pada *standardized indirect effects*. Signifikan atau tidaknya pengaruh tidak langsung dapat dilihat pada hasil *standardized indirect effects-two tailed significance*. Jika nilai $< 0,05$ maka variabel signifikan sebagai variabel *intervening* (Yamin, 2021).

