

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Didalam penyelidikan tersebut, penulis menetapkan bentuk penelitian *field research* (penelitian lapangan) disebabkan peneliti ikut serta di dalam riset penelitian. *Field research* yaitu bentuk penyelidikan yang mana peneliti melibatkan diri ke lokasi guna mendapatkan bukti ataupun keterangan dengan cara menemui responden langsung.¹ Penelitian ini ditetapkan agar memperoleh bukti empiris, menguji serta menjelaskan pengaruh (kepercayaan, experiential marketing dan kualitas pelayanan islami) pada loyalitas nasabah.

2. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan pada fokus dan tujuan didalam riset penelitian, peneliti menetapkan pendekatan kuantitatif yang merupakan aturan riset penelitian yang memakai data kuantitatif serta statistik objektif dengan penilaian rasional yang bersumber dari sampel ataupun responden yang diminta menanggapi beberapa pertanyaan mengenai pengamatan dalam membuktikan kuantitas dan perbandingan jawaban mereka.² Dalam metode kuantitatif maka diperoleh signifikansi perbedaan kelompok ataupun signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.³

B. Setting Penelitian

Lokasi riset penelitian ialah lingkungan, tempat atau wilayah yang diagendakan oleh peneliti guna dipilih sebagai objek penelitian. Dalam riset penelitian dilaksanakan di KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak ,Jl. Sultan Fatah No. 7 depan pasar Bintoro Demak, Jawa Tengah, 59511

¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 21.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 13.

³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 5.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu sekelompok daerah yang mencakup dari obyek ataupun subyek yang punya mutu dan juga karakter khusus yang ditentukan peneliti guna ditelaah setelah itu diambil keputusan.⁴ Adapun populasi pada penelitian ini yaitu konsumen ataupun nasabah aktif tahun 2015-2019 di KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak adalah 946 nasabah.⁵

Dilihat dari banyaknya tingkat populasi, maka dalam ketepatan serta keberhasilan suatu penelitian, dapat dilaksanakan sampling (pengambilan sampel) sebagai perwakilan dari populasi.

2. Sampel

Sampel merupakan setengah dari populasi yang mempunyai identitas maupun kondisi tertentu yang akan diamati. Dapat diartikan juga bahwa sampel yaitu komponen populasi yang ditetapkan demi menerapkan prosedur tertentu dan diharapkan bisa mewakili populasi.⁶

Pada penelitian ini, sampel yang dipakai yaitu (*probability sampling*) merupakan upaya pengutipan sampel dengan memberi kesempatan yang setara untuk tiap anggota populasi yang akan ditunjuk sebagai sampel. Sedangkan teknik sampelnya memakai *simple random sampling* sebab teknik pengutipan sampel anggota populasi yang diselesaikan sembarangan tanpa memahami, tingkatan yang berada didalam populasi tersebut.⁷ Dalam menetapkan ukuran sampel dari sebuah populasi, terdapat beberapa cara yang diungkapkan para ahli, diantaranya pendapat slovin yang dirumuskan yaitu:

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 115.

⁵ Nur aini, wawancara oleh penulis, 27 Juli, 2019, wawancara 2, transkrip.

⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 76.

⁷ Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 77-78.

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Penjelasan :

n = Total sampel minimal

N = Total populasi

α = Persentase kelonggaran ketidakteelitian disebabkan kesalahan pengambilan sampel.⁸

Berdasarkan tingkat error (e) sejumlah 10 % didapatkan total sampel yaitu :

$$\begin{aligned} n &= \frac{946}{1 + 946 (0,1)^2} \\ &= \frac{946}{1 + 946 (0,01)} \\ &= \frac{946}{1 + 9,46} \\ &= \frac{946}{10,46} \\ &= 90,43 \end{aligned}$$

Dengan demikian, jumlah populasi nasabah yang aktif tahun 2019 yaitu 946 nasabah, maka didapatkan ukuran sampel sejumlah 90,43 dan digenapkan 90 sampel penelitian.

D. Identifikasi Variabel

Sehubungan dengan penjelasan variabel penelitian ialah objek yang berwujud apapun dan diputuskan peneliti guna diteliti maka didapatkan data tentang hal tersebut, lalu diambil keputusan. Berikut ini beberapa jenis variabel penelitian antara lain:

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen dapat diartikan dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang merubah ataupun sebagai pembawa peralihan datangnya variabel dependen (terikat). Dan konsep variabel bebas ini yang menjadi sebab hadirnya variabel lain.⁹ Pada riset tersebut yang dijadikan variabel independen yaitu Kepercayaan

⁸ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006), 100.

⁹ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta: Erlangga, 2009), 79.

(X_1), Experiential Marketing (X_2) serta Kualitas Pelayanan Islami (X_3).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau selalu diartikan variabel output. Atau sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat yaitu variabel yang terpengaruh sebab adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam riset ini yaitu Loyalitas Nasabah (Y).¹⁰

E. Definisi Operasional Variabel

Data operasional variabel merupakan penjelasan tentang kegiatan yang dinyatakan bersumber pada perilaku atau gejala yang bisa diteliti dan yang mampu diuji serta dipastikan kebenarannya oleh orang lain. Atau dapat dikatakan pula bahwa operasional variabel adalah komponen yang dapat diartikan sebagai konsep/variabel yang bisa diuji melalui dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel tersebut.¹¹

Diharapkan dengan adanya definisi operasional ini bisa lebih mempermudah memahami hasil yang diperoleh dalam penelitian. Dalam penelitian ini untuk mengukur kepercayaan, experiential marketing dan kualitas pelayanan islami digunakan skala *Likert*. Berikut masing – masing variabel operasional yaitu:

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 59.

¹¹ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 100.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Aspek Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
Kepercayaan (X ₁)	Keinginan seseorang akan bergantung dengan orang lain dimana kita mempunyai kepercayaan terhadapnya.	1. Kecakapan (<i>Ability</i>) 2. Kebajikan (<i>Benevolence</i>) 3. Kejujuran (<i>Integrity</i>)	a. Kehandalan merek b. Kebaikan produk c. Keterjaminan produk a. Kepedulian produk a. Komitmen produk	Skala Likert	David Wong, "Pengaruh Ability, Ben evolence dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya a Terhadap Partisipasi Pelanggan E- Commerce (Studi Kasus Pada Pelanggan E- Commerce di UBM)" <i>Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)</i> 2, no.2 (2017).
Experiential Marketing (X ₂)	Rencana Marketing yang menyertakan emosional serta kepekaan nasabah dalam mewujudkan pengetahuan akurat sehingga nasabah melakukan	1. Sense	a. Desain ruangan pelayanan b. Fasilitas produk tempat pelayanan c. Keelokan ruangan pelayanan d. Keelokan sekitaran kantor e. <i>Performance</i>	Skala Likert	Erma Sulistyono Rini, "Pengaruh Experiential dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel	Definisi Operasional	Aspek Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
	keputusan pembelian dan fanatik pada suatu merek.	2. Feel	<p><i>marketing</i></p> <p>a. Keramahan pelayanan marketing dengan nasabah</p> <p>b. Perasaan aman dan nyaman menggunakan produk simpanan dan pembiayaan</p>		di STIKOM Bali," <i>Jurnal Ilmiah SISFOTENI</i> 6, no.2 (2016).
		3. Think	<p>a. Kelengkapan fasilitas produk simpanan dan pembiayaan</p> <p>b. Lokasi kantor pelayanan strategis</p> <p>c. Kredibilitas marketing</p>		
		4. Act	<p>a. Media komunikasi nasabah dengan marketing mudah</p>		
		5. Relate	<p>a. Merekomendasikan produk unggulan KSPPS BMT BUS Cabang</p>		

Variabel	Definisi Operasional	Aspek Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
			Utama Demak		
Kualitas Pelayanan Islami (X ₃)	Kelengkapan item dan karakteristik dari suatu produk ataupun layanan yang bersumber pada kemahirannya untuk mencukupi harapan yang diwujudkan serta selaras dengan nilai-nilai islam.	<p>1. Kepatuhan (<i>Compliance</i>)</p> <p>2. Jaminan (<i>Assurance</i>)</p> <p>3. Keandalan (<i>Reliability</i>)</p> <p>4. Empati (<i>Emphaty</i>)</p>	<p>a. Sudah sesuai dengan prosedur dan syariah islam</p> <p>b. Menetapkan mekanisme pelayanan produk secara islami</p> <p>a. Karyawan yang sopan dan memiliki pengetahuan yang luas</p> <p>b. Karyawan memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan</p> <p>a. Kemampuan untuk menyiapkan produk serta pelayanan yang leluasa</p> <p>a. Pegawai mengendalikan dan menghargai setiap konsumen</p>	Skala Likert	Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta, " <i>Jurnal Bisnis dan Manajemen</i> 6, no.2 (2016).

Variabel	Definisi Operasional	Aspek Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
		5. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	a.Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat		
		6. Berwujud (<i>Tangible</i>)	a.Kerapihan penampilan pegawai dalam melayani nasabah b.Teknologi sebagai alat bantu yang mencukupi		
Loyalitas Nasabah (Y)	Komitmen konsumen bersekukuh dengan penuh untuk berlangganan lagi atau melakukan pembelian ulang barang/layanan secara terus-menerus diwaktu lainnya.	1. <i>Repeat Buyer</i> 2. <i>Purchases across product and service lines</i> 3. <i>Refers other</i>	a. Nasabah mengadakan pembelian kembali dalam total yang besar b. Nasabah memesan produk bonus a. Mengambil barang serta layanan dalam lembaga yang setara a.Pelanggan/konsumen memberikan anjuran merek kepada orang lain	Skala Likert	Linda Gunawan dan Sesilya Kempa, “ Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Toko Bintang Terang,” <i>AGORA</i> 4, no.1 (2016).

Variabel	Definisi Operasional	Aspek Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
		4. <i>Demonstrates immunity to the full of competition</i>	a. Pelanggan atau konsumen memberikan perihal yang positif kepada orang lain b. Menunjukkan keunggulan produk		

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data yaitu aturan yang teratur dan umum guna menghasilkan data yang dibutuhkan. Pengumpulan data adalah langkah penting pada metode ilmiah. Metode yang dipakai diantaranya yaitu:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah cara pengambilan data melalui memberi ataupun menyebar sejumlah daftar persoalan kepada responden dengan berharap memperoleh jawaban dari sejumlah persoalannya.¹² Pada kuesioner ini adalah proses pengambilan data yang tepat apabila peneliti mengetahui jelas variabel yang mau dihitung serta yang dapat diinginkan dari responden.¹³ Metode ini dipakai untuk mendapatkan data respon nasabah mengenai kepercayaan, experiential marketing serta kualitas pelayanan islami pada loyalitas nasabah (studi pada KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak Tahun 2015-2019).

Data yang dipakai untuk mengolah data peneliti menjadi media data mentah atau awal yang selanjutnya diolah menggunakan SPSS. Kuesioner ditata memakai skala likert. Sementara itu, skala likert dipakai guna menilai perilaku, pandangan, serta tanggapan seseorang atau sejumlah orang tentang karakter sosial.

¹² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), 139.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 199.

Responden disarankan untuk menetapkan kategori jawaban yang sudah disusun dengan menentukan jawaban supaya memperoleh data yang sifatnya subyektif sehingga dibuatkan nilai seperti dibawah ini: ¹⁴

Tabel 3.2
Rasio Perbandingan

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 2014

2. Observasi

Observasi adalah suatu rumusan atau pendalaman untuk memperoleh data primer dengan cara meneliti langsung obyek yang didata.¹⁵ Instrumen yang bisa dipakai dalam observasi yaitu lembar peninjauan, panduan peninjauan.¹⁶ Dari observasi ini peneliti dapat memperoleh atau mengumpulkan data yang diteliti. Alasan peneliti melaksanakan observasi ialah untuk mempresentasikan pemikiran realistis karakter atau peristiwa, menjawab pertanyaan, membantu memahami pribadi seseorang/ lembaga dan pemeriksaan yaitu melaksanakan penilaian pada sudut pandang tertentu, melaksanakan sasaran atas penilaian tersebut.¹⁷ Pada masalah ini, peneliti melaksanakan observasi langsung terhadap KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak.

¹⁴ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), 146.

¹⁵ Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman* (Yogyakarta: BPF, 2004), 89.

¹⁶ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: ANDI, 2006), 139.

¹⁷ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 86.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik dalam memperoleh data terkait suatu hal atau variabel yang sejenis tulisan, salinan rekaman, karya, surat kabar, majalah, notulen rapat, dan lainnya yang berkaitan pada masalah riset.¹⁸ Peneliti memakai metode ini supaya memperoleh gambaran pengetahuan dan data tentang keadaan atau pemikiran umum tentang kepercayaan, experiential marketing serta kualitas pelayanan islami yang berpengaruh kepada loyalitas nasabah.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas ialah alat yang dipakai dalam menghitung benar/valid atau tidaknya sebuah instrument (kuesioner). Sebuah instrument (kuesioner) dikatakan benar/valid bila persoalan dalam kuesioner benar-benar dapat untuk mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti. Instrument yang valid atau sah memiliki validitas yang besar. Uji validitas dilakukan buat menilai apakah persoalan dalam kuesioner yang telah disusun benar-benar bisa menilai apa yang akan dinilai. Untuk menghitung validitas bisa dihitung menggunakan hubungan antar nilai tiap persoalan dengan hasil nilai konstruk atau variabel. Uji signifikansi dijalankan dengan mencocokkan hasil r hitung dan r table serta *degree of freedom* (df) = $n - k$, pada penelitian ini n merupakan total sampel dan k merupakan wujud dengan alpha 0,05. Jika hasil r hitung $>$ r tabel serta berhasil positif, maka variabel dikatakan valid.¹⁹

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas sebetulnya merupakan cara yang digunakan dalam menilai kuesioner menjadi indikator/penanda dari variabel. Sebuah kuisisioner dinyatakan reliabel jika jawaban seorang sampel atas pernyataan bersifat kontinu/tetap dari masa ke masa. Uji

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 231.

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2006), 49.

reliabilitas instrument ini bisa dilaksanakan eksternal maupun internal. Cara eksternal pengujian bisa dilaksanakan menggunakan test-ritest (*stability*), ekuivalen serta penggabungan antar keduanya. Cara internal reliabilitas instrument bisa diuji melalui menganalisis kesamaan pada item-item yang terdapat pada instrument dengan teknik tertentu.

Dengan begitu bisa dikatakan reliabel merupakan kondisi di mana instrumen riset tersebut bakal tetap menciptakan data yang sama walaupun disebarakan pada sampel yang berbeda dan pada waktu yang berbeda. Untuk menghitung reliabilitas memakai uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Sebuah konstruk atau variabel dinyatakan reliabel apabila hasil *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$).²⁰

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dipakai berdasarkan pengujian ini, ialah guna meneliti apakah data memenuhi asumsi klasik. Pengamatan data pengujian dengan menggunakan teknik analisis statistik inferensial membutuhkan percobaan terlebih dahulu, kaitannya pada uji asumsi klasik dengan data yang ada, bermaksudkan guna meneliti penyebaran data. Teknik penelitian yang bisa digunakan dalam uji asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji normalitas. Dalam memakai uji asumsi klasik, kemudian peneliti bisa memutuskan apakah riset ini memakai parametris ataupun statistik non parametris.²¹

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bermaksud untuk melihat apakah dalam suatu model regresi diketahui adanya relevansi mendampingi variabel bebas (*independent*). Model regresi yang valid sebaiknya, tidak terdapat relevansi atau kedekatan di antara variabel bebas (*independent*). Apabila variabel *independent* saling berdekatan atau berhubungan, maka variabel-variabel diatas tidak menjadi *variabel ortogonal*. Variabel

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 46.

²¹ Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan Inferensial Aplikasi Program SPSS dan Excel* (STAIN Kudus: Media Ilmu Press, 2018), 149.

ortogonal merupakan variabel *independent* yang nilai kedekatan antar beberapa variabel independent sama dengan nol. Trik untuk menemukan wujud atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi yaitu dengan dilihat pada hasil R^2 , matrik kedekatan variabel-variabel bebas, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Jika hasil VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih besar dari 0,1, dapat dipastikan tidak adanya multikolonieritas. Nilai umum yang digunakan dalam menandai adanya faktor-faktor multikolinearitas ialah nilai $tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.²²

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan uji yang bermaksudkan untuk meneliti apakah pada model regresi berganda terjadi kedekatan antara residual kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Apabila terdapat kedekatan, maka dinyatakan terdapat masalah autokorelasi. Model regresi valid ialah regresi yang anti autokorelasi.

Pada pengujian autokorelasi memakai uji Durbin-Watson (DW test) yang memakai titik kritis ialah ambang terbawah (dl) serta ambang teratas (du). Uji Durbin-watson cuma dipakai pada autokorelasi level satu (*First Order Autocorrelation*) dan mengharuskan wujudnya *Intercept* (konstanta) pada model regresi, juga tidak ada variabel lagi di antara variabel independen. Dan hipotesis yang bakal diuji ialah:

- H0 : bebas dari autokorelasi ($r = 0$)
- HA : adanya autokorelasi ($r \neq 0$).²³

Tabel 3.3

Kriteria Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Bebas dari autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang:Undip ,2005), 105-106.

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 110-111.

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Bebas dari autokorelasi positif	<i>No desicison</i>	$d_l \leq d \leq d_u$
Bebas dari korelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Bebas dari korelasi negative	<i>No desicison</i>	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan suatu peristiwa dimana terdapat perbedaan jenis dari residual dalam seluruh peninjauan atas model regresi. Uji heteroskedastisitas bermaksudkan untuk melihat ada atau tidaknya perbedaan jenis dari residual pada model regresi. Apabila jenis dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya sama, maka dinamai homoskedastisitas dan apabila beda dinamai heteroskedastisitas.²⁴

Pada peninjauan ini dalam memakai uji heteroskedastisitas yaitu dengan mengamati titik-titik dalam *scatterplots* regresi. Model regresi yang bagus yaitu yang mengalami homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Metode untuk mengetahui tidak atau terjadinya heteroskedastisitas yaitu bisa dilihat pada grafik *scatterplot* antara hasil perkiraan variabel terikat (dependen) ZPRED dengan residualnya SRESID. Cara mengetahui tidak atau terjadinya heteroskedastisitas bisa diamati dalam grafik *scatterplot* antara SRESID (*studentized residual*) juga ZPRED (*standardized predicted value*) yang mana sumbu Y merupakan Y yang diprediksi, dan sumbu X yaitu residual (Y prediksi – Y seharusnya) yang sudah di-*studentized*. Apabila dalam grafik tidak terdapat bentuk yang jelas dan titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada angka Y,

²⁴ Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan Inferensial*, 190.

Artinya tidak mengalami *heteroskedastisitas* pada suatu model regresi.²⁵

4. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bermaksud untuk meneliti apakah didalam model regresi, variabel terikat serta variabel bebas mempunyai peredaran normal atau tidak. Model regresi yang bagus ialah mempunyai distribusi data normal atau menuju normal. Uji normalitas data digunakan untuk memahami peredaran sebuah data yang menyamai atau hampir mendekati distribusi normal, yaitu peredaran data yang berpola lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang bagus ialah data yang memiliki bentuk mirip peredaran normal, yaitu peredaran data diatas tidak memiliki tampak kesamping kiri atau kesamping kanan dan meruncing kearah kiri atau kearah kanan. Untuk meneliti apakah peredaran data normal atau tidak bisa diterapkan cara.²⁶

- a. Melihat histogram yang memperbandingkan data observasi dengan distribusi yang menyerupai distribusi normal.
- b. Dengan mengamati normal probability plot yang memperbandingkan peredaran kumulatif dari data sebenarnya dengan peredaran kumulatif dari peredaran normal. Distribusi normal akan mempola satu garis lurus diagonal, serta plotting data residual akan dicocokkan dengan garis diagonal. Jika peredaran ialah normal, maka garis yang memperlihatkan data semestinya bakal mengikuti garis diagonalnya.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah lanjutan sesudah data dari semua responden diperoleh. Metode analisis data yang dapat dilakukan pada analisis ini ialah metode analisis kuantitatif. Adapun uraian penelitian data yang akan dilakukan ialah seperti berikut:

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 139.

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 160-161.

1. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda ialah analisis regresi yang menerangkan kesamaan antara peubah respon (variable dependent) dengan faktor-faktor yang menguasai lebih dari satu predaktor (variabel independent). penelitian ini bermaksud untuk menyelidiki apakah terdapat dominasi antara variabel kepercayaan, experiential marketing serta kualitas pelayanan islami kepada loyalitas nasabah. Pada analisis ini memakai rumus kesamaan regresi berganda seperti berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana: ²⁷

- Y : Loyalitas nasabah
 a : Konstanta
 b₁ : Koefisien regresi kepercayaan
 b₂ : Koefisien regresi experiential marketing
 b₃ : Koefisien regresi kualitas pelayanan islami
 X₁ : Kepercayaan
 X₂ : Experiential marketing
 X₃ : Kualitas pelayanan islami
 e : Error (diasumsikan nilai 0)

2. Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) dalam perannya ialah menghitung sampai sejauh mana kecakapan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien R² pada analisis regresi bisa dipakai untuk tolak ukur dalam mengungkapkan kesamaan garis regresi yang didapat. Nilai koefisien determinasi ialah di antara nol dan satu.²⁸ Semakin besar R² (R Square) maka semakin kuat ketangguhan model regresi yang didapat guna menjelaskan keadaan yang semestinya. Kecakapan garis regresi dalam menerangkan variasi yang terdapat pada Y dinyatakan pada tingginya koefisien determinasi (R²).²⁹

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 277.

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2006), 87.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 1999), 97-99.

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial (individual) dipakai untuk menyelidiki apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan atau bukan kepada variabel dependen. Berikut tahapan-tahapan penilaian koefisien regresi secara parsial ialah:³⁰

a. Menetapkan Hipotesis

Ha : Secara parsial terdapat dampaknya antara variabel independen bersama variabel dependen

Ho : Secara parsial tidak terdapat dampaknya antara variabel independen bersama variabel dependen

b. Menetapkan Taraf Signifikansi

Taraf signifikansi memakai 0,05 ($\alpha = 5\%$), dengan derajat kemandirian $df = n - k - 1$

c. Kriteria Pengujian

1) Ho diterima apabila $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$.

2) Ho ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Nb : Pada hal ini, hasil t hitung negatif (-t hitung) makin menjauhi 0. Artinya semakin kecil.

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F atau uji koefisien regresi dipakai untuk memahami tidak atau adanya pengaruh secara simultan (bersama-sama) yang dinyatakan variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara signifikan atas variabel dependen (Y). Penelitian ini dijalankan dengan memperbandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dalam kriteria pengujian seperti berikut:

a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, alhasil Ho tidak sah dan Ha disahkan.

b. Bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, alhasil Ho disahkan dan Ha tidak sah.

Berikut tingkat signifikansi yaitu:³¹

a. Tingkat signifikansi = 0,05 ($\alpha = 5\%$)

³⁰ Duwi Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa&Umum* (Yogyakarta: ANDI, 2018), 121-122.

³¹ Duwi, *SPSS Panduan Mudah Olah Data*, 119-120.

- b. Derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df_1 = \text{total variabel} - 1$, $df_2 = n - k - 1$
Nb : ($n = \text{total data}$, $k = \text{total variabel}$)
- c. F_{tabel} yang nilainya ada di daftar tabel distribusi F

