

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu penelitian lapangan (*field research*).¹ yakni penelitian yang dilaksanakan buat meneliti langsung kepada objek yang diteliti untuk menggali dan menemukan data pada penelitian tersebut, peneliti melaksanakan penelitian lapangan buat memperoleh data yang spesifik dan relevan tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana.

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dikarenakan data penelitian berwujud angka-angka dan analisis memakai metode statistik. Pendekatan kuantitatif memiliki arti menjadi metode penelitian yang digunakan untuk meneliti terhadap populasi maupun sampel tersebut.² Penelitian kuantitatif bisa memperhatikan hubungan antar variabel pada objek yang diteliti, situasi di atas bisa diamati karena hubungan variabel tersebut, hingga pada penelitian tersebut ada variabel bebas ataupun terikat. Variabel ini berikutnya ditelaah seberapa besar pengaruh variabel bebas pada variabel terikat.

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian tersebut tempat penelitian dilakukan di BMT Yaummi Mas Cabang Juwana yang berlokasi di Komplek Ruko Pasar Porda No. 10 Juwana. Peneliti tiba langsung ke BMT Yaummi Mas buat menemukan data yang diinginkan pada penelitian yakni data primer. Data primer terdiri dari subyek penelitian untuk memakai alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang diberikan. Pada penelitian ini data yang didapatkan dari jawaban para responden pada angket (kuesioner) yang telah disebarkan dari peneliti.

¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

² Indri Afriliantini, Abdul Salam, and Abdurrahman, “PENGARUH LABEL HALAL DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (*Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Wardah Di Kota Sumbawa*),” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1, 2019. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.300>.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melaksanakan penelitian dikenal dengan nama waktu penelitian. Penelitian berjalan selama satu bulan pada tanggal 15 April – 15 Juni 2023 untuk mendapatkan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua jumlah tentang objek ataupun subyek dengan kualitas dan perilaku tertentu yang dilakukan pada peneliti akan pelajari dan sehingga diambil kesimpulannya.³ Jumlah populasi pada penelitian tersebut yaitu semua nasabah yang terdaftar di BMT Yaummi Mas Cabang Juwana yang berjumlah 1.127 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan beberapa jumlah dan perilaku populasi tersebut di atas. Ketika ada populasi yang besar dan tidak ada yang bisa memahami semua populasi tersebut, lalu peneliti memakai sampel yang diambil oleh populasi tersebut. Hasilnya bisa direpresentasikan buat populasi. Dimana sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representatif* (mewakili).⁴ Buat memastikan besar atau bentuk sampel, bisa didapatkan berlandaskan rumus pendapat Slovin yakni:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel 10%.⁵

Besarnya sampel anggota KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana yang diperoleh:

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.

⁵ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.

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

$$n = \frac{1127}{1 + 1127(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1127}{1 + 11,27}$$

$$n = \frac{1127}{12,27}$$

$$n = 91,850$$

Sampel yang dipakai pada penelitian tersebut mempunyai jumlah 92 responden yakni bisa didapatkan dari nasabah KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana. Teknik sampel yang dipakai buat penelitian tersebut yaitu *Teknik incidental sampling*. *Incidental sampling* yaitu untuk menentukan sampel yang berlandaskan sifat, semua orang yang dijumpai atau mengkategorikan kategori populasi, sebagai sumber data yang dapat menjadikan sampel atau responden selama penelitian tersebut.⁶

D. Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yakni:

1. Variabel independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel independen didefinisikan sebagai variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau munculnya variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini yakni kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), kepercayaan (X3).

2. Variabel dependen

Variabel dependen sebagai variabel terikat, yakni variabel yang nilainya dipengaruhi dari variabel bebas.⁷ Variabel dependen pada penelitian ini yaitu loyalitas nasabah (Y)

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah setiap deskripsi variabel yang dibuat berlandaskan karakteristik dari variabel tertentu yang bersangkutan yang bisa dipahami.

⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2005.

⁷ et al Sugiharto, *Teknik Sampling*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Tabel 2.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas layanan yaitu kemampuan individu, organisasi, atau industri untuk memberi nilai pada nasabah atau karyawannya. ⁸	<ul style="list-style-type: none"> a. Penampilan dan kemampuan dalam pelayanan. b. Keandalan dalam memberikan informasi. c. Respon pelayanan terhadap masukan nasabah. d. Keputusan indutri untuk membangunkan rasa percaya diri pada nasabah e. Keramahan pelayanan dan perhatian yang tulus terhadap nasabah. 	Likert
Kualitas Produk (X2)	Produk kualitas merupakan kondisi fisik, fungsi atau sifat produk yang berhubungan bisa mencukupi selera atau keinginan nasabah untuk menyenangkan sesuai nilai uang yang dikeluarkan. ⁹	<ul style="list-style-type: none"> a. Kemudahan dalam penggunaan produk. b. Dapat mendorong nasabah untuk melakukan simpanan. c. Biaya administrasi terjangkau dan kecanggihan produk simpanan. 	Likert

⁸ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*.

⁹ Munisih and Soliha, “*Prosiding Seminar Nasional & Call for Papers Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang*.”

Kepercayaan (X3)	Kepercayaan merupakan suatu pondasi dari bisnis. Suatu kesepakatan usaha antar kedua pihak ataupun lebih bisa terjadi bila masing-masing saling percaya. ¹⁰	<ul style="list-style-type: none"> a. Memenuhi janji dan berlaku jujur b. Kebutuhan umum c. Persepsi atas pengetahuan dan kemampuan menyelesaikan masalah 	Likert
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah yaitu dorongan tindakan untuk memenuhi pembelian terus menerus atau bisa menanam loyalitas konsumen pada produksi ataupun jasa yang diusulkan pada banking. ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> a. Nasabah menggunakan kembali barang atau jasa dimasa yang akan datang. b. Nasabah memberikan rekomendasi produk atau jasa terhadap orang lain. c. Menunjukkan daya tahan pada pesaing. 	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipakai yaitu menggunakan metode kuesioner ataupun angket. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan untuk mengajukan pertanyaan ataupun membuat pernyataan tertulis pada responden buat menjawabnya. Kuesioner adalah Kuesioner pengumpulan data yang tepat ketika peneliti

¹⁰ Michael Minor John C, Mowen, *Perilaku Konsumen Jilid I*, Jakarta: Erlangga, 2002.

¹¹ Jill Griffin, *Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga, 2003.

memahami variabel yang akan diukur dan apa yang diinginkan pada responden.¹²

Teknik pengambilan data hasil kuesioner menggunakan skala likert. Skala Likert adalah alat yang bisa digunakan buat mengukur pendapat individu ataupun kelompok terhadap suatu fenomena tertentu. Menurut skala likers, variabel yang diukur akan jadi indikator variabel. Indikator ini akhirnya ditetapkan sebagai tolak pemicu buat menyusun item-item instrumen yang mungkin berbentuk pertanyaan ataupun pernyataan.¹³ Buat kepentingan penelitian ini, setiap pertanyaan dijawab dengan menggunakan ketentuan yang sesuai yaitu:

Nilai 1 = Sangat Tidak Setuju

Nilai 2 = Tidak Setuju

Nilai 3 = Netral

Nilai 4 = Setuju

Nilai 5 = Sangat Setuju

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Setiap penelitian harus membedakan antara hasil yang valid dan reliabel, serta instrumen yang valid dan reliabel. Hasil penelitian dianggap valid jika mendapat korelasi antara data yang tergabung pada data yang diamati selama penelitian. Ketika ada kecocokan antara data dan waktu, hasilnya dianggap dapat diandalkan.¹⁴

a. Uji Validitas

Uji validitas dipakai buat menetapkan valid ataupun tidak suatu jenis kuesioner. Item-item pertanyaan dinyatakan valid, apabila memenuhi apa yang harus dijalankan atau mengukur yang harusnya diukur. Sedang dinyatakan tidak valid jika tidak berguna bagi peneliti, karena tidak mengubah apa yang semestinya dilaksanakan. Uji ini untuk menunjukkan atau tidak didasarkan pada hasil koefisien korelasi dan signifikansi pada masing-masing pernyataan.¹⁵

Uji validitas ditentukan untuk membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dengan $df = n - 2$ ($n = \text{total narasumber}$). Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$

¹² Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 2008.

¹⁵ Danang Sunyoto, *Validitas Dan Reliabilitas : Dilengkapi Analisis Data Dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta: Nuha Medika, 2012.

bahwa data yang diuji dikatakan valid. Sebaliknya jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ bahwa data yang diujikan tidak valid.¹⁶

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada kesesuaian atau stabilitas data, seperti skor hasil persepsi dan variabel, baik variabel independen atau dependen. Stabilitas ukuran menunjukkan keunggulan hasil ukuran yang konsisten stabil ataupun tidak berpengaruh oleh perubahan situasi apapun.

Uji reliabilitas atau uji stabilitas bisa dijalankan dengan bersama-sama pada semua butir pertanyaan pada *Cronbachalfa*. Instrumen buat mengukur setiap variabel dianggap reliabel jika nilai *cronbacha lpha* lebih dari 0,60.¹⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas tujuannya buat membantu nguji apakah pada sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen keduanya mempunyai normalisasi ataupun tidak. Model regresi yang baik yaitu data normal atau mendekati normal. Buat menetapkan apakah sesuatu itu normal atau tidak, maka bisa diamati pada probabilitasnya. Dikatakan normal bila nilai dari Kolmogorov Smirnov tidak signifikan (Asymp. Sig caranya adalah dengan (2-tailed) $> 0,05$).¹⁸ Hasil penelitian yang baik yaitu setelah di uji normalitasnya mendapat hasil normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memahami perihal dimana ketidaksamaan varian residul dari pengamatan satu ke pengamatan lain terhadap model regresi. Jika variasi residual berbeda maka akan terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu yang homoskedastisitas ataupun yang tidak adanya homoskedastisitas.¹⁹

Ada beberapa metode buat menunjukkan ada tidaknya heteroskedastisitas untuk memeriksa grafik plot berdasarkan

¹⁶ V wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019).

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

¹⁹ Singgih Santoso, *Statistik Parametrik Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, 2014.

apakah titik pada grafik terbentuk pola teratur, bahwa bisa dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Demikian pula jika titik pada grafik tersebar dan berada di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y bisa disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁰

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat ada tidaknya korelasi antar variabel independen pada model regresi. Korelasi antar variabel independen tidak mungkin terjadi pada model regresi yang baik. Jika variabel bebas saling korelasi, maka tidak akan terbentuk variabel orthogonal. Varian ortogonal merupakan varian bebas yang menunjukkan nilai korelasi antara varian bebas dengan nol. gunakan *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF) buat memastika apakah suatu model regresi mempunyai multikolinearitas atau tidak. Kedua ukuran tersebut menginformasikan disetiap variabel bebas berapa banyak informasi yang diberikan pada variabel lain. Sehingga nilai tolerance < 0,10 atau sama pada nilai (*Varian Inflation Faktor*) $VIF > 10$.²¹

Jika output SPSS dengan kolom tolerance menjelaskan nilai lebih dari 0,10 ataupun nilai *Varian Inflasi Varian* (VIF) di bawah angka 10, ini adalah penelitian yang baik dan dikatakan lolos uji multikolinearitas.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah memperluas dari regression linier sederhana yakni menaikkakn total variabel independen yang sebelumnya cuma satu, dua, ataupun lebih variabel independen.²² Regresi linier berganda yaitu kelanjutan pada regresi linier sederhana. Dan analisis regresi linier berganda yakni kaitan dengan linier antar dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3) dengan variabel terikat (Y). Buat melihat seberapa banyak pengaruh kualitas pelayanan (X_1) kualitas produk (X_2), kepercayaan (X_3), pada loyalitas nasabah. Berikut ini persamaan regresi linier berganda:

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

Dimana:

Y = Loyalitas nasabah

a = Konstanta

²⁰ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 2011.

²¹ Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial*, Kudus: Media Ilmu Press, 2010.

²² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.

X_1	= Kualitas pelayanan
X_2	= Kualitas produk
X_3	= Kepercayaan
b_1, b_2, b_3	= Koefisien regresi untuk variabel
e	= <i>Standart error estimate</i>

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi ($\text{adj.}R^2$)

Penentuan Koefisien digunakan untuk menguji presentase dan perubahan variabel dependen (Y) yang ditimbulkan pada variabel independen (X). Koefisien determinasi yang lebih besar berarti presentase dari perubahan yang dilakukan terhadap variabel independen (X) oleh variabel dependen (Y) akan menjadi lebih besar. Demikian pula ketika koefisien determinasi makin kecil, maka presentase perubahan variabel dependen (Y) yang ditimbulkan variabel independen (X) akan makin rendah. Karena variabel X lebih dari 2, koefisien determinasi yang digunakan pada penelitian tersebut yakni adjusted R square.

b. Uji t (Parsial)

Uji statistic t digunakan untuk mengamati beberapa perbedaan terbesar antara pengaruh variabel bebas secara parsial pada variabel terikat. Salah satu contoh uji t bisa dijalankan untuk menggunakan ketentuan di bawah ini:

1. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a ditolak
2. Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Uji F (Simultan)

Uji F adalah uji signifikansi persamaan yang dimaksudkan buat mengartikan pengaruh dari variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) secara simultan pada variabel terikat (Y). Setiap Uji signifikansi persamaan (Uji F) bisa digunakan pada ketetapan sebagai berikut:

1. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak
Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima
2. Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak²³

²³ V Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: pustaka Baru, 2015.