

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dimana untuk memperoleh data serta informasi peneliti melakukan penelitian langsung dari lapangan dengan kenyataan yang ada di lapangan itu sendiri.¹ Dengan kata lain, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dipecahkan atau dijawab dengan data-data yang dikumpulkan dari lapangan atau melalui responden.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, yang dipergunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian. Analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan guna menguji hipotesis. Metode kuantitatif dikenal sebagai metode ilmiah sebab mengandung prinsip-prinsip ilmiah seperti konkrit, objektif, empiris, rasional, terukur, dan sistematis atau teratur. Metode ini dinamakan metode kuantitatif sebab data penelitiannya mengandung angka-angka yang dianalisis dengan statistik.²

B. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang berupa objek atau subjek dengan sifat dan ciri-ciri tertentu yang dipilih peneliti guna untuk dipelajari dan ditarik

¹) Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*, Ed. Aditya Cristian (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018).

²) Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

kesimpulannya.³ Menurut Juliansyah, populasi adalah seluruh anggota suatu wilayah yang menjadi objek kajian secara keseluruhan.⁴

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM di Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus. Yang pernah atau sedang menggunakan produk Perbankan Syariah. Dari hasil observasi atau data yang diperoleh, Populasi UMKM yang berada di Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus berjumlah 217 UMKM dari berbagai desa dan berbagai macam-macam usaha yang ada di Kecamatan Mejobo.

2) Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakter dengan kondisi khusus yang akan diteliti.⁵ Dengan sederhana sampel ialah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian.⁶ Peneliti kemudian menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif.⁷ Jika sampel tidak representatif, nilai sampel yang dihitung tidak akan cukup akurat untuk memperkirakan nilai populasi yang sebenarnya.⁸

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* bertujuan untuk mendapatkan sampel objek berdasarkan pertimbangan tertentu menurut kriteria yang telah ditentukan

³) Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2018), 148.

⁴) Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, Edisi Pertama (Jakarta: Prenamedia Group, 2011), 147.

⁵) Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Data Sekunder* (Jakarta: RajaGrafindoPersada, 2011), 85.

⁶) Dahruji, *Statistik* (Jakarta: Duta Media Publishing, 2017), 71.

⁷) Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 81.

⁸) Murti Sumarnin dan Salamah Wahyuni, *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 70.

atau ditetapkan.⁹ Dalam hal ini, cara yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah dengan membagikan kuesioner pada UMKM di Kecamatan Mejubo Kabupaten Kudus yang pernah atau sedang menggunakan produk Perbankan Syariah. Sampel penelitian dalam skripsi ini adalah para UMKM berbagai Desa/Kelurahan dan berbagai jenis industrinya.

Kesalahan sampel yang masih dapat ditoleransi menyebabkan peneliti memasukan ruang gerak untuk ketidakakuratan saat menentukan ukuran sampel. Nilai toleransi dinyatakan dalam presentasi misal 5% atau 0,05. Perhitungan sampel ini menggunakan rumus Slovin.¹⁰ Rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan : n = sampel
 N = populasi
 E = perkiraan tingkat kesalahan

Berdasarkan rumus diatas, maka perhitungan sampel yaitu:

$$n = \frac{217}{1 + 217 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{217}{1,543}$$

$$n = 140,6$$

$$n = 141$$

Semakin besar ukuran sampel yang mendekati populasi, semakin kecil kemungkinan terjadinya kesalahan umum. Berdasarkan perhitungan sampel diatas, peneliti membulatkan sampel menjadi 141 responden.

⁹) Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 1999), 78.

¹⁰) Sofiyana Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Keuangan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 62.

C. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel merupakan suatu bagian dari langkah penelitian yang dilakukan oleh seorang penulis dengan cara menentukan variabel yang akan diangkat pada penelitiannya. Variabel penelitian sendiri adalah suatu atribut atau sifat atas nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.¹¹ Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian.¹² Adapun variabel independen dalam penelitian ini yang berfokus adalah sebagai berikut:

- a. *Customer Intimacy*, sebagai Variabel X_1
- b. *Experiential Marketing*, sebagai Variabel X_2
- c. *Corporate Image*, sebagai Variabel X_3

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian.¹³ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *loyalitas nasabah* sebagai variabel Y.

¹¹) Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2013), 61.

¹²) Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: RajaGrafindoPersada, 2016), 61.

¹³) Nanang Martono, 61.

D. Variabel Operasional

Variabel operasional merupakan salah satu aspek penelitian yang memberikan informasi kepada peneliti tentang bagaimana cara mengukur suatu variabel, yang mana variabel ilmiah ini sendiri berisikan tentang informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain bilamana nantinya akan melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Variabel operasional diperlukan guna memberikan pemaparan suatu variabel penelitian menjadikan sebuah konsep dimensi, indikator, dan ukuran yang mana ditujukan untuk memperoleh nilai variabel lainnya.¹⁴

Perhitungan skor menggunakan Skala likert, untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden tentang fenomena sosial. Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam riset berupa survei. Bentuk jawaban skala likert terdiri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.¹⁵

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	<i>Customer Intimacy</i> (X ₁)	<i>Customer Intimacy</i> merupakan pendekatan layanan berkualitas yang dicapai melalui hubungan yang dekat dengan pelanggan. ¹⁶	a. Komunikasi b. Perhatian c. Relasi
2.	<i>Experiential Marketing</i> (X ₂)	Menciptakan pengalaman dengan konsumen melalui <i>sense, feel, think, act</i> , dan juga berhubungan dengan keadaan sosial, gaya hidup,	a. Panca indera b. Perasaan c. Cara berpikir d. Perilaku e. Hubungan

¹⁴) Freddy Rangkuti, *The Power Of Brand* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), 131.

¹⁵) Rohmad dan Supriyanto, *Pengantar Statistika: Panduan Praktis Bagi Pengajar Dan Mahasiswa* (Yogyakarta: Kalimedia, 2016), 18-19.

¹⁶) Nafiah and Nugraha Pratama.

		budaya yang dapat dituangkan dalam merek untuk membangun sebuah pengalaman atau sensasi dari konsumen (<i>sense</i>). ¹⁷	
3.	<i>Corporate Image</i> (X ₃)	<i>Corporate Image</i> adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas yang dikaitkan suatu merek atau perusahaan dengan membandingkan berbagai elemen bisnis seperti harga, produk, layanan, dan kualitas produk. ¹⁸	a. Tanggung jawab b. Reputasi perusahaan c. Budaya kerja d. Nilai e. Atribut perusahaan
4.	Loyalitas Nasabah (Y)	Bentuk komitmen dalam mendukung atau membeli produk yang diinginkan secara berulang-ulang, walaupun dampak situasional serta strategi pemasaran dapat berpotensi menyebabkan perpindahan konsumen. ¹⁹	a. (<i>Repeat Purchase</i>) Kesetiaan dalam pembelian b. <i>Retention</i> (Ketahanan terhadap pengaruh negative mengenai perusahaan) c. <i>Referalls</i> (mereferensikan secara total

¹⁷) Nur Fitria Sari, Aris Sunindyo, and Moch Abdul Kodir, 'Variabel Experiential Marketing: Pengaruhnya Pada Loyalitas Nasabah Tabungan PT Bank Tabungan Negara (Persero) TBK KC Semarang', *Jurnal KEUNIS (Keuangan Dan Bisnis)*, 10.1 (2022), 88–99 <<https://jurnal.polines.ac.id/index.php/keunis>>.

¹⁸) Saputra, Intan, and Miskiyah.

¹⁹) Saputra, Intan, and Miskiyah.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

1. Uji Validitas

Menurut Bawono, uji validitas bermanfaat dalam mengetahui valid atau tidaknya data tersebut.²⁰ Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur valid dan tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner bisa terbukti valid, jika kuesioner memuat pernyataan-pernyataan yang dapat mengungkapkan masalah mengenai topik penelitian. Dasar penentuan uji validitas disini yaitu membandingkan antara r hitung dengan r tabel jika r hitung $>$ r tabel bisa dikatakan variabel bersifat valid, dengan melihat nilai signifikansinya, yang mana jika nilai Sig $<$ 0,05 dikatakan valid, begitupun sebaliknya.²¹

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur kuesioner yang berupa indeks variabel atau konstruk. Seseorang dapat dikatakan dapat diandalkan jika tanggapannya terhadap realitas pertanyaan konsisten. Untuk pengujian reliabilitas dapat digunakan uji SPSS statistik dengan *Cronbach Alpha*. Adapun standar apakah skala tersebut reliabel atau tidak dapat dilihat apakah nilai yang diperoleh dengan uji statistik *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 bisa dikatakan reliabel, jika *Cronbach Alpha* didapati $<$ 0,60 maka dikatakan tidak reliabel.²²

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode tertentu sesuai dengan tujuannya. Metode yang dipilih untuk setiap variabel bergantung pada berbagai faktor, tidak terkecuali jenis dan karakteristik

²⁰) Bawono A, 'Multivariate Analysis Dengan SPSS' (IAIN Salatiga Pres, 2006).

²¹) Sujarweni W, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Batupres, 2015).

²²) Masrukin, 'Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS' (Kudus: Media Ilmu Pres, 2008), 15.

responden.²³ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah rangkaian atau daftar pernyataan yang disusun sistematis dan dikirimkan kepada responden untuk diisi. Jika sudah selesai, kuesioner akan dikembalikan kepada peneliti.²⁴ Kuesioner berisi pernyataan yang meliputi variabel *Customer Intimacy* (X1), *Experiential Marketing* (X2), *Corporate Image* (X3), dan Loyalitas Nasabah (Y). Kuesioner juga berisi tentang pertanyaan tentang identitas responden, seperti nama, umur, dan pendidikan.

Kuesioner dikembangkan dengan menggunakan skala Likert (*likert scale*), dimana setiap kuesioner dibuat dengan menggunakan pilihan-pilihan untuk mendapatkan data subyektif dan diberi skor sebagai berikut:²⁵

Tabel 3.2
Skala Likert

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

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan mengkaji beberapa sumber, yaitu dari buku, jurnal, laporan, hasil-hasil penelitian

²³) W. Gulo, *Metode Penelitian* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002).

²⁴) M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2017), 133.

²⁵) Sulisyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 83.

ataupun sumber-sumber lainnya yang merujuk pada topik masalah.²⁶

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan SPSS. SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) adalah perangkat lunak untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik pada perhitungan parametrik maupun non-parametrik berbasis windows.²⁷ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dapat membuktikan apakah model regresi telah menunjukkan hubungan yang signifikan dan *representativ* atau tidak.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen yang ditentukan telah berdistribusi normal.²⁸ Dalam hal ini kriteria untuk menyatakan data berdistribusi normal atau tidak adalah dengan melihat hasil analisis statistik non-parametrik *Kolmogorov-Sminov* (K-S). Dimana pedoman yang dipakai yaitu apabila nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) menunjukkan $> 0,05$ maka nilai residual telah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali uji multikolinearitas dapat menjelaskan apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen atau tidak.²⁹ Diketahui model

²⁶) M. Nazir, *Metode Penelitian* (Ghalia Indonesia, 2005).

²⁷) Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Undip, 2018), 15.

²⁸) Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013).

²⁹) Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi*.

regresi yang bersifat baik yaitu apabila diantara variabel independen tidak adanya kolerasi. Jika terdapat hubungan antara variabel independen, dapat disimpulkan variabel tersebut tidak ortognal. Yang mana berarti nilai korelasi antara semua variabel independen bersigfat nol (0). Pedoman yang dipakai untuk menyatakan tidak adanya gangguan multikolinearitas ini yaitu nilai $VIF \leq 10$ dan nilai *tolerance* $\geq 0,1$. Tetapi apabila hasilnya berlawanan, maka dapat dipastikan ada gangguan multikoliearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastiitas bermanfaat untuk menguji model regrasi, apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual atau pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, maka bersifat homokedastisitas, yang berarti model regresi tersebut bersifat benar atau baik. Cara agar dapat membuktikan ada atau tidaknya heterokedastisitas yaitu dengan menerapkan uji *Glejser*. Dimana data pengambilan keputusannya yaitu apabila variabel independen menunjukkan probabilitas signifikansinya $> 0,05$ berarti model regresi dalam penelitian tidak ada masalah heteroskedastisitas.

2. Uji Statistik (Uji Linear Berganda)

Uji statistik dapat menunjukkan tingkat kekuatan dari suatu persamaan dalam memperkirakan data yang dianalisa melalui metode penelitian. Dalam model penelitian ini dapat dijelaskan dengan metode analisis regresi linier berganda.³⁰ Persamaan regresi yang nantinya dipakai pada model penelitian ini, yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

³⁰) Anton Bawono, *Multivariate Analysis Dengan SPSS* (STAIN Salatiga Pres, 2006).

Keterangan:

Y	: Loyalitas Nasabah
α	: Konstanta
X1	: <i>Customer Intimacy</i>
X2	: <i>Experiential Marketing</i>
X3	: <i>Corporate Image</i>
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi
e	: Error

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat.³¹ Dimana hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dijelaskan melalui persentase.³² Kriteria dalam uji ini dengan melihat tabel Model *Summary* itu diantara angka 0-1. Yang mana jika nilai R^2 semakin dekat dengan angka 1, berarti membuktikan bahwa kontribusi variabel independen semakin kuat, tetapi jika nilai R^2 lebih dekat dengan angka 0, berarti fungsi dari variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

b. Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji statistik t dapat menjelaskan sejauh mana variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Yang mana hal ini dapat menunjukkan apakah secara individu variabel terikat dapat dipengaruhi oleh variabel bebas atau tidak. Pedoman yang diterapkan disini adalah dengan membandingkan hasil signifikannya. Apabila masing-masing variabel bebas bernilai Sig < 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka diartikan variabel bebas secara individu

³¹) Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi.*

³²) Sujarweni W.

dapat berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitupun sebaliknya.³³

c. Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji F menjelaskan pengaruh dari variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.³⁴ Cara penentuan pada uji F ini dapat dilihat pada tabel *ANOVA* hasil dari pengolahan dari SPSS. Yang mana apabila nilai Sig < 0,05 maka variabel bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel terikat, begitupun sebaliknya.



³³) Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi*.

³⁴) Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi*.