

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian langsung yang dilakukan di lapangan atau penelitian secara langsung terhadap responden.¹ Tujuan umum penelitian lapangan (*field research*) adalah memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk mempersiapkan diri menghadapi persoalan-persoalan yang konkret dalam lapangan studinya.²

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data *numerical* (angka) yang kemudian data tersebut diolah dengan metode statistika dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.³ Penelitian dengan metode kuantitatif ini dimaksudkan untuk mengetahui Pengaruh Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islami terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Pecangaan.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta kantor cabang Pecangaan yang beralamat di Jl. Pecangaan- KarangRandu RT:01/RW:07 Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.

C. Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹ Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif (Cet. 2)* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 35.

² Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 10.

³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 20.

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar pada KSPPS BMT Al-Hikmah kantor cabang Pecangaan sampai bulan Oktober 2020 sebanyak 2.255 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah *Probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Simple random sampling*, dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Adapun teknik untuk menetapkan besarnya sampel dalam penelitian ini berdasarkan pada rumus slovin sebagai berikut:

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (batas toleransi kesalahan).⁵ Taraf signifikansi 10% = 0,1 (tingkat kesalahan 10%

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

⁵ Wiranta Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Press, 2015), 82.

dan tingkat kepercayaan 90% maka perhitungannya:

$$n = \frac{2.255}{1 + 2.255 (0.1^2)}$$

$$n = \frac{2.255}{1 + 2.255 (0.01)}$$

$$n = \frac{2.255}{1 + 22,55}$$

$$n = \frac{2.255}{23,55}$$

$$n = 95,75$$

Berdasarkan perhitungan sampel yang diperoleh yaitu 95,75 dibulatkan menjadi 96 responden.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel bebas (variabel independen)

Variabel independen identik dengan variabel bebas, penjelas atau *independent/explanatory variable*. Variabel ini biasanya dianggap sebagai variabel prediktor atau penyebab karena memprediksi atau menyebabkan variabel dependen. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶ Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah komitmen agama (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atribut produk islami (X_3).

2. Variabel terikat (variabel dependen)

Variabel ini disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat, yang dijelaskan, atau *dependent*

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, 59.

variable. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁷ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah (Y).

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Komitmen Agama (X ₁)	Komitmen agama merupakan suatu bentuk kepatuhan pada ajaran agama. ⁸	1) <i>Eksperensial</i> 2) <i>ritualistik</i> 3) <i>idiologis</i> 4) <i>intelektual</i> 5) <i>konsekuensi</i> . ⁹	<i>Likert</i>
2	Kualitas Pelayanan (X ₂)	Sebagai ukuran perbandingan seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. ¹⁰	1) <i>Tangibles</i> 2) <i>Reliability</i> 3) <i>Responsiveness</i> 4) <i>Assurance</i> 5) <i>Empaty</i> . ¹¹	<i>Likert</i>

⁷ Sugiyono, 50.

⁸ Rahman El Junusi, "Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Kota Semarang," *Annual Conference on Islamic Studies (ACIS)*, no. November (2009): 2–5.

⁹ Djamaludin Ancok dan Fuad Anshori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995)79-82.

¹⁰ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik Edisi 3 Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2017), 90.

¹¹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik* (Jakarta: Salemba empat, 2001), 148-149.

3	Atribut Produk Islami (X ₃)	Beberapa hal yang melekat pada suatu produk lembaga keuangan syariah. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1) Menghindari unsur riba 2) Hasil investasi dibagi menurut bagi hasil 3) Menghindari unsur ketidakpastian (<i>gharar</i>) 4) Menghindari unsur gambling/judi (<i>maisir</i>) 5) Melakukan investasi yang halal.¹³ 	Likert
4	Loyalitas Nasabah (Y)	Komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1) Melakukan transaksi berulang secara teratur 2) Membeli antar lini produk dan jasa 3) Merefereasikan kepada orang lain 4) Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing.¹⁵ 	Likert

¹² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 54.

¹³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 54.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008), 154.

¹⁵ Jill Griffin, *“Customer Loyalty” Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), 22-24.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen. Uji instrumen penelitian ini digunakan untuk menguji apakah daftar pertanyaan (kuesioner) layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala. Uji validitas yang digunakan adalah validitas item yang ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Layak digunakan atau tidaknya suatu item dapat dilihat dari perhitungan korelasi yang mendapatkan suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item.¹⁶

Pengujian menggunakan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (sig. 0,05) maka dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (sig. 0,05) maka dinyatakan tidak valid.¹⁷

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukurannya diulang.¹⁸ Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Suatu

¹⁶ Duwi Priyatno, *Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 90.

¹⁷ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 127.

¹⁸ Priyatno, *Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 97.

kuesioner reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu-kewaktu. Uji reliabilitas dapat dilakukan melalui program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel.¹⁹

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.²⁰ Diharapkan responden dapat menjawab pertanyaan dalam kuesioner tersebut menurut pendapat dan persepsi masing-masing. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan tertutup dimana responden hanya tinggal memilih salah satu alternatif dari jawaban yang sudah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala *likert* dalam bentuk *checklist*. Skala *likert* yang dipakai menggunakan ukuran interval, dimana setiap jawaban responden akan diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala *likert*

No	Pernyataan	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4

¹⁹ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 171.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, 199.

3	N = Netral	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

2. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan dan literatur-literatur lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan untuk mendapatkan data-data yang akan dibutuhkan oleh peneliti guna melengkapi hasil dari penelitian.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen ini dapat berupa hasil penelitian, foto atau gambar, buku harian, laporan keuangan dan sebagainya. Dokumen tersebut dapat menjadi data pokok atau dapat juga menjadi data penunjang dalam mengeksplorasi masalah penelitian.²¹ Metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data dari KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta kantor cabang Pecangaan dan data lain yang mendukung.

G. Sumber Data

Data adalah serangkaian informasi, bukti-bukti, keterangan-keterangan atas suatu obyek yang memiliki karakteristik tertentu. Data sangat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai input untuk mengetahui persoalan-persoalan yang dihadapi maupun sebagai alternatif jawaban atau solusi atas persoalan yang sedang dihadapi dan sebagai alat untuk menjelaskan dan mengisi proses analisis yang sedang berlangsung.²²

²¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), 153-154.

²² Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Analisis Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 11.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama di lapangan. Sedangkan sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan atau sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer biasanya didapat dari subyek penelitian dengan cara melakukan pengamatan, percobaan, interview atau wawancara. Cara untuk mendapatkan data primer biasanya melalui observasi/pengamatan langsung, subyek diberi lembar yang berisi pertanyaan untuk dijawab. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden yang menjawab daftar kuesioner yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner dalam penelitian ini adalah nasabah dari KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta kantor cabang Pecangaan

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui perantara orang lain atau melalui dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data-data mengenai profil dari KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta serta jumlah nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta kantor cabang Pecangaan melalui dokumen yang disediakan oleh kantor tersebut.²³

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum data tersebut dianalisis dengan rumus regresi linier berganda, ada beberapa langkah pengujian yang harus dilakukan untuk memenuhi syarat uji asumsi klasik agar mendapatkan model regresi yang handal meliputi:

a. Uji Multikolinieritas

²³ Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, 128-129.

Uji multikolinieritas dimaksud untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen. Apabila terjadi korelasi maka dinamakan multikolinieritas. Tidak terjadi korelasi di antara variabel independen merupakan model regresi yang baik. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.²⁴

Pengertian sederhana tentang uji multikolinieritas menunjukkan bahwa setiap variabel independen menjadi variabel dependen yang diregres terhadap variabel lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi karena ($VIF = 1/ tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum di pakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* 0, 10 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 10.²⁵

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas.²⁶ Apabila terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola dengan teratur, yaitu bergelombang, melebar, lalu menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak terjadi apabila tidak ada titik yang jelas pada grafik

²⁴ Masrukhin, 180.

²⁵ Gunawan Sudarmanto, *Statistik Terapan Berbasis Komputer* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 224.

²⁶ Priyatno, *Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 83-84.

dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.²⁷

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen telah terdistribusi atau tidak. Memiliki distribusi data normal atau mendekati normal merupakan model regresi yang baik. Pengujian normalitas data secara statistik digunakan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shape*). Data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data yang tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan adalah pengertian dari distribusi data yang baik.²⁸ Data dapat dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05 dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*.²⁹

2. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh pengaruh komitmen agama, kualitas pelayanan dan atribut produk islami terhadap loyalitas nasabah. Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Jenis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yang lebih dari satu (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak, dalam

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* 25 (Semarang: Undip, 2018), 108.

²⁸ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 187.

²⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 71.

menguji variabel-variabel yang digunakan apakah terdapat hubungan atau tidak, maka dilakukan uji statistik yaitu uji-t, uji-f dan uji koefisien determinasi (R^2).³⁰

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel komitmen agama, kualitas pelayanan dan atribut produk islami terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta kantor cabang Pecangaan. Penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk tiga prediktor untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi untuk tiga prediktor adalah sebagai berikut:

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

Y = loyalitas nasabah

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel komitmen agama

b_2 = koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

b_3 = koefisien regresi variabel atribut produk islami

X_1 = komitmen agama

X_2 = kualitas pelayanan

X_3 = atribut produk islami

e = standar error

b. Uji-f (Uji Signifikansi Parameter Simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik f. Hasil uji f dapat diketahui dengan melihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda.

Kesimpulan dapat diambil dengan melihat

f_{hitung} dan f_{tabel} dengan ketentuan:

$f_{hitung} < f_{tabel} = H_0$ diterima (tidak ada pengaruh)

$f_{hitung} > f_{tabel} = H_0$ ditolak (ada pengaruh).³¹

³⁰ Priyatno, 65-66.

³¹ Priyatno, 67.

c. Uji-t (Uji Signifikansi Parameter Parsial)

Uji ini dilakukan menguji secara parsial apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji-t dapat diketahui dengan melihat pada *output Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} dengan ketentuan:

$t_{hitung} > t_{tabel}$ = Ho ditolak (ada pengaruh)

$t_{hitung} < t_{tabel}$ = Ho diterima (tidak ada pengaruh).³²

d. Menghitung Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi prosentasi sumbangan pengaruh variabel bebas yang diteliti (X_1, X_2, X_3) yaitu berupa komitmen agama, kualitas pelayanan dan atribut produk islami terhadap variabel terikat loyalitas nasabah (Y) secara bersama-sama dimana $0 \leq R^2 \leq 1$. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Nilai R^2 mendekati nol berarti semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau variabel-variabel dependen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.³³

³² Priyatno, *Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 68-69.

³³ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif* (Yogyakarta: AMPYKPN, 2001), 100.