

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini adalah field research, dimana sang peneliti akan terjun langsung ke obyek penelitian untuk memperoleh informasi terkait. Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian kausal (hubungan sebab akibat), dimana sang peneliti ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas dapat berpengaruh ataupun tidak berpengaruh terhadap variabel lain yang menjadi variabel terikat.¹

Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan ini menarangkan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang setelah itu akan dianalisis oleh peneliti dengan memakai tata cara berbasis matematika, utamanya pada statistik atau SPSS.² Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data melalui observasi langsung di tempat penelitian dan melakukan penyebaran kuesioner terhadap nasabah di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati. Setelah peneliti mendapatkan data dari hasil kuesioner tersebut, peneliti akan mengolah data tersebut menggunakan SPSS versi 23.

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan bidang umum yang mencakup atas objek/subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti atas penelitiannya, untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi berarti jumlah keseluruhan dari objek / subjek dalam suatu penelitian.³ Dalam hal ini, populasi yang ditetapkan oleh

¹ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* (Medan: UMSU PREES, 2014), 13.

² Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2019), 2.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 136.

peneliti adalah seluruh nasabah menabung di BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati yang berjumlah 320 nasabah.

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan unsur yang diteliti oleh peneliti yang secara representatif dapat mewakili populasi dalam penelitian.⁴ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Dimana, metode *purposive sampling* ini ialah suatu cara atau teknik yang menentukan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu.⁵ Ada ciri/kriteria khusus, yaitu :

1. Nasabah yang mempunyai rekening dan ATM di BPR Syari'ah Artha Mas Abadi yang berjumlah 147.
2. Nasabah BPR Syari'ah Artha Mas Abadi yang telah menggunakan produk tabungan minimal 1 tahun yang berjumlah 173.

Pada penelitian ini, peneliti akan mengambil 34 sampel nasabah tabungan dari 320 jumlah nasabah menabung di BPR Syari'ah Artha Mas Abadi. Pengambilan sampel adalah proses memilih jumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga peneliti terhadap sampel dan pemahaman mengenai sifat atau karakteristik dari sampel itu akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.⁶ Karena keterbatasan waktu, dana, tenaga dan besarnya jumlah populasi, maka dari itu peneliti mengambil objek penelitian sebanyak 34 sampel. Dengan 34 sampel ini dirasa sudah cukup untuk digunakan dalam penelitian ini.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian dapat diartikan sebagai faktor-faktor yang berperan dalam suatu kejadian/indikasi yang akan diteliti oleh peneliti. Variabel dalam suatu penelitian ditentukan oleh landasan teoritisnya, serta pula ditegaskan

⁴ J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 57.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 122.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 82.

oleh hipotesis penelitiannya.⁷ Berikut ini merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian oleh peneliti:⁸

a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Terikat (*Dependent Variable*) atau biasa disebut variabel endogen/konsekuensi ini ialah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas.⁹ Variabel terikat biasanya dilambangkan dengan huruf Y. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah variabel loyalitas nasabah BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

b. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Bebas (*Independent Variable*) atau yang biasa disebut variabel stimulus/prediktor, yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dari variabel terikat. Variabel bebas biasa dilambangkan dengan huruf X. Variabel bebas pada penelitian ini ada 3, yaitu variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan kepuasan nasabah (X_3) BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

D. Variabel Operasional

Definisi variabel ialah suatu definisi mengenai variabel yang diformulasikan bersumber pada karakteristik-karakteristik variabel yang bisa diamati.¹⁰ Lebih jelasnya, definisi operasional variabel bertujuan untuk menerangkan arti dari variabel yang akan diteliti dalam perspektif peneliti yang didasarkan oleh teori yang telah di pahami oleh peneliti.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel diantaranya variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam

⁷ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 25-26.

⁸ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2016), 48-49.

⁹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 22.

¹⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu, 2015), 78.

penelitian ini adalah variabel loyalitas nasabah (Y) dan variabel bebasnya adalah variabel kualitas pelayanan (X_1), variabel kualitas produk (X_2) dan variabel kepuasan nasabah (X_3). Untuk lebih jelasnya, berikut merupakan *detail* definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian:

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1)	Pelayanan adalah sebuah aktifitas yang bersifat tak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi dari seseorang dengan seseorang lainnya yang memberikan pelayanan dengan maksud agar dapat memecahkan permasalahan yang dialami seseorang. Jadi, kualitas pelayanan disini dapat diartikan sebagai suatu capaian yang diharapkan oleh masing-masing pelanggan.	Menurut Zeithmel (2005): a. Kenampakan fisik/ <i>Tangible</i> b. Kesopanan/ <i>Courtesy</i> c. Reliabilitas/ <i>Reliability</i> d. Responsivitas/ <i>Responsiveness</i> e. Keamanan/ <i>Security</i>	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X_2)	Kualitas produk dapat diartikan sebagai kualitas dari sesuatu yang dapat ditawarkan	Menurut Kotler dan Keller (2008): a. Fitur/ <i>feature</i> b. Kinerja/ <i>performance</i>	<i>Likert</i>

	kepada suatu pangsa pasar guna memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (nasabah). Dalam hal ini, nasabah akan merasa puas apabila kualitas dari produk yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan apa yang diinginkannya.	c. Ketahanan/<i>durability</i> d. Persepsi Terhadap Kualitas e. Keandalan/<i>reliability</i>	
Kepuasan Nasabah (X₃)	Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang ataupun kecewa yang berasal dari adanya perbandingan antara kesan terhadap sebuah kinerja/hasil dari suatu produk dan harapan-harapan suatu produk tersebut.	Menurut Freddy Rangkuti (2008): a. Pemasaran <i>relationship marketing</i> b. <i>Customer superior service</i> c. <i>Unconditial guarantees</i> d. Penanganan keluhan yang secara efisien e. Peningkatan kinerja dari perusahaan	<i>Likert</i>
Loyalitas Nasabah (Y)	Menurut Dick & Bansu dalam Gobe, Alves & Sampaio (2012), mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang	Menurut Griffin (2002): a. Melakukan pembelian secara terus-menerus atau bisa disebut <i>makes regular</i>	<i>Likert</i>

	atau penggunaan yang dilakukan dengan konsisten dihasilkan dari adanya ketertarikan psikologis untuk merek dan dari faktor situasional.	<i>repeat purchase</i> b. Melakukan pembelian antar lini produk atau jasa (<i>purchases across product and service line</i>) c. Merekomendasikan kepada orang lain atau bisa disebut <i>refers other</i>. d. Menunjukkan kekebalan atau penolakan dari daya tarik produk yang sejenis dari pesaing (<i>demonstrates an immunity to the full of competition</i>) e. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	
--	---	--	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses yang berkaitan dengan upaya untuk memperoleh suatu data yang nantinya akan diolah lebih lanjut. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan Kuesioner/Angket. Kuesioner atau angket ini adalah suatu teknik dalam pengumpulan informasi terkait dengan obyek penelitian dengan memberikan seperangkat item

pertanyaan kepada seseorang responden untuk dijawab.¹¹ Di dalam kuesioner ini nantinya terdapat beberapa item pertanyaan yang harus di jawab oleh responden. Dalam penelitian ini, kuesioner akan diberikan kepada beberapa nasabah BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati. Angket/kuesioner tersebut berisi pertanyaan tentang persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia terkait kualitas layanan yang diberikan oleh BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati, kualitas produk yang dimiliki BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati dan kepuasan nasabah dalam segala hal yang menyangkut BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis kuantitatif. Setelah mendapatkan data mentah dari hasil kuesioner, tahap selanjutnya dalam penelitian kuantitatif ini adalah olah data. Dalam hal ini, ada beberapa tahap yang harus dilakukan agar data tersebut dapat dipahami oleh pembaca. Berikut merupakan teknik analisis datanya:

1. Uji Instrumen

Uji instrumen ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui valid dan reliabelnya suatu item pertanyaan yang diberikan terhadap responden pada masing-masing variabel.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk menunjukkan ketepatan/kevalidan suatu instrumen dalam hal ini adalah item pertanyaan. Instrumen dikatakan valid bila instrumen tersebut mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan variabel yang diteliti dengan tepat.¹²

Penelitian ini menggunakan uji validitas *correlate bivariate*, yang berarti mengkorelasikan

¹¹ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: UB Press, 2012), 63.

¹² Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2016), 69.

setiap item pertanyaan dengan total item pertanyaan pada suatu variabel. Instrumen dikatakan tepat dan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat taraf signifikan sebesar 5%. Dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen yang digunakan dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji instrumen untuk mengetahui kekonsistenan alat ukur yang digunakan oleh peneliti. Dengan uji reliabilitas ini maka peneliti dapat mengetahui kejaegan/kestabilan instrumen dalam mengukur suatu gejala yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *cronbach's alpha* dengan taraf signifikansi 5%. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$ dan sebaliknya jika nilai dari *cronbach's alpha* $< 0,6$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui variabel *dependent* serta variabel *independent* keduanya memiliki distribusi normal/wajar ataupun tidak. Model regresi dikatakan baik apabila variabelnya mempunyai distribusi data wajar (normal) ataupun mendekati wajar (normal).¹³

Uji normalitas ini bisa dilakukan menggunakan uji histogram, uji *p-plot*, uji *chi-square* dan uji *kolmogorov smirnov*. Untuk uji *kolmogorov smirnov*, suatu data dapat dikatakan normal apabila nilai *Asym Significant* $> 0,05$. Dan sebaliknya, jika nilai *Asym Significant* $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.¹⁴

¹³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 109.

¹⁴ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu, 2015), 195.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara uji *p-plot*. Pada pengujian P-Plot ini, jika titik-titik mengelilingi garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Dan sebaliknya, jika titik-titik menjauhi garis diagonal, maka data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat hubungan variabel *independent* dengan variabel *dependent* yang akan diteliti, apakah terdapat hubungan yang linear dan signifikan ataupun tidak.

Uji linearitas ini dapat dilihat melalui *Deviation from Linearity Significant*. Apabila nilai dari *Deviation from Linearity Significant* $> 0,05$ maka hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel *independent* dan variabel *dependent*. Dan sebaliknya, apabila nilai dari *Deviation from Linearity Significant* $< 0,05$, maka tidak ada hubungan yang linear antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antara variabel *independent* satu dengan variabel *independent* lainnya. Jika terdapat korelasi antara variabel bebas maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat akan terganggu.

Untuk menentukan hasil uji multikolonearitas ini itu bisa dilihat melalui nilai dari toleransi dan VIF. Apabila nilai dari *tolerance* $< 0,10$ maka tidak akan terjadi gejala multikolinearitas. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka terjadi gejala multikolinearitas.

Uji multikolinearitas juga dapat dilihat melalui nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai dari VIF $< 10,00$ maka tidak akan terjadi gejala multikolinieritas dan jika nilai VIF $> 10,00$

maka terjadi gejala multikolinearitas antar variabel *independent* (bebas).

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui ada/tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui uji heteroskedastisitas yaitu bisa menggunakan uji scatter plot.

Dalam pengujian metode *Scatter Plot* yang menyatakan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas, itu terjadi apabila titik-titik pada gambar tidak memiliki bentuk yang jelas dan menyebar diatas ataupun dibawah angka 0 sumbu Y. Dan sebaliknya, jika hasil titik-titik membentuk pola/gambar tertentu, seperti membentuk gelombang yang melebar lalu menyempit, hal itu bisa disimpulkan jika dalam variabel penelitian tersebut telah terdapat masalah heteroskedastisitas.¹⁵

3. Uji Hipotesis

a. Uji-t

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* ataukah tidak. Untuk mengetahui pengaruh atau tidaknya pada uji t ini, berikut merupakan acuan penentuan uji-t:

- a. Jika nilai dari $sign < 0,05$, dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika nilai dari $sign > 0,05$, dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*, 139.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependennya. Adapun acuan yang digunakan untuk uji f ini yaitu:

- 1) Apabila nilai dari $sign < 0,05$ dan $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh simultan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai dari $sign > 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh simultan terhadap variabel dependennya.

c. Koefisien Determinansi

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan kata lain, tujuan penentuan koefisien adalah untuk mengetahui persentase pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁶ Koefisien determinansi ini bisa dicari dengan menggunakan rumus:

$$R^2 \times 100\%$$

Apabila nilai koefisien mendekati angka 0, maka kemampuan dari variabel *independent* sangat terbatas dalam menjelaskan variabel *dependent*. Dan jika nilai koefisien mendekati angka 1, maka secara keseluruhan variabel *independent* dapat menjelaskan variabel *dependent*.

¹⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Undip, 2016), 93-100.