

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan kemudian menginterpretasikan hasil analisis tersebut untuk memperoleh kesimpulan¹. Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data pendapatan dan pola konsumsi kemudian mengambil kesimpulan dari hasil analisis data-data tersebut.

B. Setting Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara, tentang loyalitas yang di lihat dari faktor penanganan problematika, *relationship marketing* dan *perceived value*. BMT ini merupakan BMT yang cukup lama berkkiprah dalam bidang pelayanan jasa.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus hingga bulan Oktober 2021. Adapun rinciannya lihat tabel berikut :

Tabel 3.1

Rencana pelaksanaan penelitian

No	Jenis kegiatan	Oktober				November				Desember			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	penyusunan proposal	√											
2	perbaikan propoal	√	√										
3	perizinan penelitian		√										
4	persiapan penelitian			√	√								
5	pelaksanaan penelitian					√	√	√	√				
6	analisis									√	√		

¹Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. (Bandung: Alfabeta , 2014), 46

No	Jenis kegiatan	Oktober				November				Desember			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
	data												
7	penyusunan laporan hasil										√	√	
8	penyerahan laporan dan ujian											√	√

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi Penelitian

Dalam metode penelitian populasi sangat populer kata populasi digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian². Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan *universum* dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, tumbuhan, hewan udara, gejala, nilai, peristiwa sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber-sumber penelitian.

Walaupun populasi penelitian memiliki beberapa sifat yang tidak jarang membingungkan, tetapi menjadi tugas peneliti untuk memberi batasan yang tegas terhadap setiap objek yang menjadi populasi penelitiannya. Pembatasan populasi haruslah berpedoman kepada tujuan dan permasalahan penelitian³. Oleh karenanya penelitian dengan permasalahan yang besar akan memiliki populasi yang besar pula, dengan pembatasan populasi penelitian akan memudahkan dalam memberikan ciri-ciri atau sifat yang lain populasi tersebut, dan semua ini memberikan keuntungan dalam penarikan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara sebanyak 88.116 anggota.

2. Jumlah Sampel

Sampel adalah penelitian yang menggunakan seluruh anggota populasinya, penggunaan ini berlaku jika anggota populasinya relatif kecil. Untuk anggota populasi yang relatif besar, maka diperlukan sebagian anggota populasi yang dijadikan

²Soeratno dan Arsyad Lincolin. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*. (Jakarta, UPP, AMP UKPN, 2003), 22

³Bungin, B. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2014), 22

sampel⁴. Menurut Usman & Akbar, (2006) Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada formula (Bungin, 2014), karena jumlah populasi sebanyak 88.116. Berdasarkan rumus slovin maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini ditentukan sebagai berikut⁵:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N^2 d^2}{1 + d^2} \\ n &= \text{Jumlah sampel yang dicari} \\ N &= \text{Jumlah Populasi} \\ d &= \text{Nilai Presisi } (\alpha = 0.1) \\ n &= \frac{88116^2 (0.1)^2}{1 + (0.1)^2} \\ n &= 99.88 \text{ (Dibulatkan menjadi 100)} \end{aligned}$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden

3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability* yakni *sampling insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan/ *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data⁶. Pertimbangan didasarkan pada kriteria dan syarat tertentu dan harus mewakili populasi yang akan diteliti. Kriteria yang akan digunakan adalah anggota KSPPS BMT Al Hikmah Semesta dan anggota aktif minimal 1 tahun.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Berikut ini adalah variabel dalam penelitian:

⁴Husaini Usman, R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*.(Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 56

⁵Bungin, Bungin *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2014), 22

⁶Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. (Bandung: Alfabeta , 2014), 66

Tabel 3.2.
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Penanganan problematika	Penanganan problematika adalah kemampuan untuk menghindari potensial konflik, memberikan solusi sebelum terjadi permasalahan, dan mendiskusikan solusi secara terbuka ketika permasalahan muncul (Ndubisi, 2007)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghindari potensial konflik 2. Menyelesaikan konflik sebelum masalah terjadi 3. Mendiskusikan secara terbuka untuk mencari solusi atas permasalahan yang terjadi
<i>Relationship marketing</i>	<i>Relationship marketing</i> merupakan kegiatan untuk mengidentifikasi dan membangun, memelihara serta meningkatkan bahkan bila diperlukan juga digunakan untuk mengakhiri hubungan dengan nasabah (Gronroos, 1994) dalam (Ubaidillah, Fatchur Rohman, Rofiaty, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan 2. Komitmen 3. Komunikasi 4. Penanganan masalah
<i>Perceived Value</i>	Perceived Value adalah penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk yang didasarkan dari apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan (Lai,2004).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk mempunyai nilai yang sepadan dengan uang yang dikeluarkan atau tidak 2. Produk tersebut layak dibeli atau tidak 3. Harga yang diberikan dapat diterima atau tidak

Variabel	Definisi	Indikator
Loyalitas nasabah	Merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Nasabah akan menjadi loyal kalau nasabah memandang perusahaan itu sebagai perusahaan yang baik (Yuningsih,2007)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatakan hal-hal positif. 2. Merekomendasikan perusahaan. 3. Tetap setia kepada perusahaan. 4. Membelanjakan lebih banyak dengan perusahaan. 5. Membayar harga premium 6. Pelanggan yang sangat puas dengan layanan akan menjadi pelanggan setia

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n – k. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka hasilnya adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas alat ukur, menggunakan *cronbach alpha*. Alat ukur ini dinyatakan andal atau *reliable* bila koefesien *cronbach alpha* berkisar 0,6 sampai dengan 0,8 dan untuk menguji validitas butir-butir pertanyaan, menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Butir-butir pertanyaan dinyatakan valid atau sah bila nilai korelasinya diatas atau sama dengan 0.6⁷.

⁷Sufreni dan Yonathan Natanael. *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, Jakarta:Gramedia 2014), 38

Penelitian ini digunakan skala likert untuk memberi arti bagi jawaban responden berdasarkan pendidikan, pedapatan serta sanksi/denda terhadap partisipasi masyarakat dalam kepeguruan akta kelahiran yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan reliabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha* berkisar 0,6 sampai dengan 0,8 akan tetapi Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrument pengukuran dengan menggunakan *cronbach alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0,60⁸.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji autokorelasi, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Pengujian ketiga jenis asumsi klasik ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas, presisi, dan konsistensi data.

a. Uji Normalitas

Proses uji normalitas data dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) *Normal Plot of Regresion Standizzed Residual* dari variabel terikat, di mana⁹.

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menentukan apakah dalam suatu model regresi linier ganda terdapat korelasi antar variabel. Model regresi linear ganda yang baik seharusnya korelasi antar variable adalah kecil atau justru

⁸Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, (2013), 17

⁹Sufreni dan Yonathan Natanael, *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, Jakarta:Gramedia (2014), 38

sama sekali tidak ada. Dengan kata lain, model regresi linier ganda yang baik adalah yang tidak mengalami multikolinieritas¹⁰.

Salah satu cara untuk menguji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance dan VIF merupakan nilai yang menunjukkan ada atau tidaknya multikolinieritas. Nilai tolerance harus diantara 0,0-1, atau sama dengan nilai VIF diatas 10 sehingga data yang tidak terkena multikolinieritas nilai toleransinya harus lebih dari 0.10 atau nilai VIF lebih rendah dari 10

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah kesalahan (*error*) pada data kita memiliki varians yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas memiliki suatu kondisi bahwa varians *error* berbeda dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi ganda yang baik adalah tidak mengalami heteroskedastisitas¹¹.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk mencari tahu, apakah kesalahan (*errors*) suatu data pada periode tertentu berkorelasi dengan periode lainnya. Model regresi ganda yang baik adalah tidak mengalami autokorelasi. Cara untuk mengetahui apakah mengalami atau tidak mengalami autokorelasi adalah dengan mengecek nilai Durbin Watson (DW) syarat tidak terjadi autokorelasi adalah $1 < DW < 3$ ¹².

Terdapat beberapa cara untuk melakukan pengujian terhadap autokorelasi, salah satunya Durbin-Watson test. Durbin Watson test ini mempunyai masalah yang mendasar yaitu tidak diketahuinya secara tepat mengenai distribusi dari statistik itu sendiri. Namun demikian, Durbin dan Watson telah mentabelkan nilai d_u dan d_l untuk taraf nyata 5% dan 1% yang selanjutnya dikenal dengan tabel Durbin Watson. Selanjutnya Durbin dan Watson juga telah menetapkan kaidah keputusan sebagai berikut:

¹⁰Sufreni dan Yonathan Natanael, *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta:Gramedia 2014), 39

¹¹Sufreni dan Yonathan Natanael, *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta:Gramedia 2014), 39

¹²Sufreni dan Yonathan Natanael, *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta:Gramedia 2014), 39

Tabel 3.3
Menentukan Autokorelasi

Range	Keputusan
$0 < dw < dl$	Terjadi masalah autokorelasi yang positif yang perlu perbaikan
$dl, dw < du$	Ada autokorelasi positif tetapi lemah, dimana perbaikan akan lebih baik
$du < dw < 4-du$	Tidak ada masalah autokorelasi
$4 - du < dw < 4-dl$	Masalah autokorelasi lemah, dimana dengan perbaikan akan lebih baik
$4 - dl < dw$	Masalah autokorelasi serius

Kriteria pengambilan keputusan bebas autokorelasi juga dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Durbin-Watson, dimana jika nilai dw dekat dengan 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauhmana variable *independent* mempunyai pengaruh variabel *dependent*. Dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut¹³:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Di mana :

X1 : Penanganan problematika

X2 : *Relationship marketing*

X3 : *Perceived value*

Y : Loyalitas

a : Konstanta

e : Simultan error

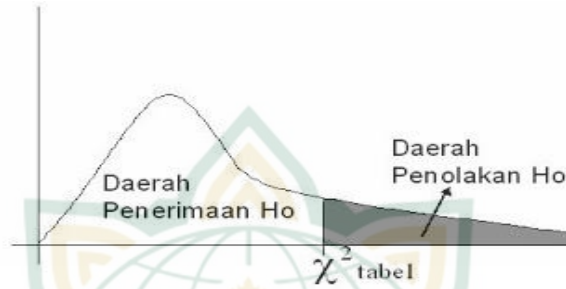
b : koefesien korelasi

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh penanganan konflik, *relationship marketing* dan *perceived value* berpengaruh terhadap loyalitas . Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

¹³Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D.* (Bandung: Alfabeta , 2014), 66

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:
1. Taraf signifikansi = 0,05 ($\alpha = 5\%$)
 2. Derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = n-k$
 3. F_{tabel} yang nilainya dari daftar tabel distribusi F.



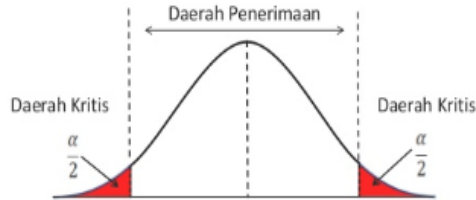
Gambar 3.1
Grafik Nilai Kritis Distribusi F

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang dilihat dari perbandingan nilai signifikansi terhadap nilai kesalahan (α). Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Dikatakan signifikan apabila nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$. Uji parsial untuk mengetahui pengujian hipotesis penelitian. pengujian parsial dilakukan dengan uji satu arah.

1. Perumusan hipotesis
 - $H_0 : \beta_1 = 0$; Tidak ada pengaruh antara variabel X_i terhadap variabel Y
 - $H_a : \beta_1 \neq 0$; Ada pengaruh signifikan antara variabel X_i terhadap variabel Y , dimana $i = 1,2,3$

Uji hipotesis dua sisi dilakukan dengan penentu nilai $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan = $N-k$ akan diperoleh nilai $t\text{-tabel} = t_{0,05 dk (N-k)}$
2. Kriteria Pengujian:
 - H_0 diterima jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau nilai $Sig (p) > 0,05$
 - H_0 ditolak jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau nilai $Sig (p) < 0,05$



Gambar 3.2
Grafik Nilai Kritis Distribusi t

4. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data. R^2 mengukur sebesarnya jumlah reduksi dalam variabel dependent yang diperoleh dari pengguna variabel bebas. R^2 mempunyai nilai antara 0 sampai 1, dengan R^2 yang tinggi berkisar antara 0 sampai 1.

R^2 yang digunakan adalah nilai *adjusted R square* yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted R square* merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu suatu variabel *independent* ke dalam persamaan.