

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang berada di rumah, atau konsumen di lokasi pasar, para turis di pusat hiburan (daerah tujuan wisata) dan pelanggan jasa perhotelan, perbankan, kantor pos, serta sebagai pengguna alat transportasi umum lainnya.¹ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi langsung ke lapangan untuk mendapat data dan informasi yang nyata tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini berjenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus representatif (dapat mewakili).² Pendekatan ini mempermudah dalam menghitung data-data dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden nasabah Bank Syariah Indonesia pada warga masyarakat Kudus. Data yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang representatif, yaitu responden yang pernah melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan menghubungkannya dengan

¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 32.

² Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 7

masalah masalah kependudukan. Dalam metode penelitian kata populasi amat popular, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.³

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus, menurut data Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus sebesar 700 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari anggota dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk pengambilan sampel dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁴

Untuk menentukan ukuran minimal sampel dari populasi tertentu penulis menggunakan rumus Solvin seperti berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batasan Kesalahan (*Error Tolerance*) (10%)⁵

Apabila angka-angka tersebut dimasukkan dalam rumus, maka didapatkan hasilnya untuk mewakili seluruh sampel. Besaran sampel nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah:

³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 109.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018) 149.

⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2002) 142.

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

$$n = \frac{700}{1 + (700 (10\%)^2)}$$

$$n = \frac{700}{1+(7)}$$

$$n = \frac{700}{8}$$

$$n = 87,5$$

Dari perhitungan tersebut akan dibulatkan menjadi 1 angka dari belakang sehingga didapatkan jumlah 88 responden.

Sedangkan untuk individu yang ditetapkan atau terpilih menjadi sampel penelitian adalah yang menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Kudus dapat menggunakan teknik *aksidental*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, dan cocok sesuai sebagai sumber data.⁶

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model atau *blue print* penelitian.⁷ Definisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.⁸ Variabel independen kualitas pelayanan (X) serta satu variabel terikat yaitu kepuasan nasabah (Y). Definisi oprasional dari variabel-variabel tersebut sebagai berikut:

⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), 67

⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 82.

⁸ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 1999), 69.

Tabel 3. 1 Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan perilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan yang diinginkan. ⁹	<p>a. <i>Tangible</i>: kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.</p> <p>b. <i>Reliability</i>: kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.</p> <p>c. <i>Responsiveness</i>: suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (<i>responsif</i>) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.</p> <p>d. <i>Asurance</i>: pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan</p>	<i>Likert</i>

⁹ Wiratno Sujarweni, *Metodologi Penelitian-Bisnis &Ekonomi*, 144

		<p>untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.</p> <p>e. <i>Emphaty</i>: memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan nasabah.</p>	
Lokasi (X2)	<p>Lokasi merupakan tempat produksi industri jasa, lokasi diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. lokasi juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan.</p>	<p>a. Akses b. Visibilitas c. Lalu lintas d. Tempat parkir e. Lingkungan</p>	<i>Likert</i>

Kepuasan Nasabah (Y)	kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. ¹⁰	a. Konfirmasi Harapan (<i>Confirmations of Expectation</i>) b. Niat beli ulang (<i>Repurchase Intention</i>) c. Kesiediaan untuk Merekomendasi (<i>Willingness to Recommend</i>)	<i>Likert</i>
----------------------	--	--	---------------

E. Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Jika periset menggunakan kuisisioner dalam pengumpulan data, kuisisioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurinya. Setelah kuisisioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam praktek belum tentu data yang terkumpul adalah data yang valid.¹¹ Jadi validitas hendak mengukur apakah benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= n – 2 , dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Melihat valid atau tidaknya adalah dengan membandingkan *Corrected Item Total Corelation* dengan hasil perhitungan r tabel, jika r hitung > r tabel maka dinyatakan valid.¹²

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Makin

¹⁰ Meithiana Indrasari, “Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan”, 32-33.

¹¹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, 113.

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, edisi ke-8 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 53.

kecil kesalahan pengukuran, makin reliabel alat pengukur. Sebaliknya makin besar kesalahan pengukuran, makin tidak reliabel alat pengukur tersebut. Besar kecil kesalahan pengukuran dapat diketahui antara lain dari nilai korelasi antara hasil pengukuran pertama dan kedua. Bila nilai korelasi (r) dikuadratkan, maka hasilnya disebut koefisien determinasi (*coefficient of determination*) yang merupakan petunjuk besar kecil hasil pengukuran yang sebenarnya. Semakin tinggi angka korelasi, semakin besar nilai koefisien determinasi, dan makin rendah kesalahan pengukurannya.¹³ Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara ialah:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran pengulangan ialah seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja ialah pengukurannya hanya sekali dan kemudian dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.¹⁴

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian adalah metode angket. Dalam metode angket didesain dengan menggunakan skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 4), setuju (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuisisioner kepada responden. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk

¹³ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, 113.

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*, edisi ke-8, 48.

mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden.¹⁵

G. Teknik Analisis Data

1. Deskriptif Statistik

Deskriptif statistik adalah proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Deskripsi statistik berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, pictogram, penjelasan kelompok melalui modus, median, mean dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku.¹⁶

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Ghozali menyatakan Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* uji ini memiliki toleransi yang lebih tinggi atau tingkat normalitas yang lebih tinggi. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan $>0,05$ maka variabel berkontribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $<0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.¹⁷

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini

¹⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, 115.

¹⁶ Indriantoro dan Bambang, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi Dan Manajemen*, (Yogyakarta:BPFE, 2002) 170.

¹⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 225.

tidak berortogonal. Variabel ortogonal ialah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance dan lawanya, serta *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregres terhadap variabel lainnya. Tolerance mengukur validitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan variabel independen lainnya. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas ialah nilai Tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF 10.¹⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan Homokedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Dasar analisis yang digunakan adalah:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁹

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*, edisi ke-8, 103.

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*, edisi ke-8, 134.

c. Uji Statistik

1) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, jika peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen.²⁰

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

Dimana:

Y = Minat beli

a = Konstanta

X1 = *Digital marketing*

X2 = Ragam produk

b1 = Koefisien *digital marketing*

b2 = Koefisien ragam produk

e = Sandard error

2) Uji T (Parsial)

Uji T adalah pengujian koefisiensi regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individu mempengaruhi variabel dependen (Y).

Kesimpulannya dilihat dari:

Jika signifikansi > 0,05 maka Ho diterima

Jika signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak.²¹

3) Uji F

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1, X2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan model mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis.²²

Kesimpulannya dapat dilihat:

Cara 1

Jika Sig > 0,05 maka Ho diterima

Jika Sig < 0,05 maka Ho ditolak

Cara 2

F hitung < F table maka Ho diterima

F hitung > F table maka Ho ditolak

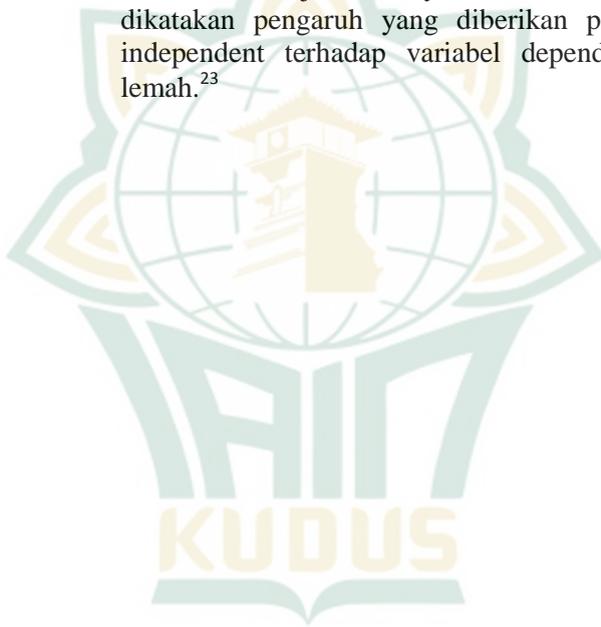
²⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 275.

²¹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 161.

²² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 162.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa tepat atau besar kemampuan variabel independen atau variabel bebas (X) mempengaruhi variabel dependent atau terikat (Y). Nilai koefisien determinasi ini digunakan untuk melihat seberapa besar sumbangan atau kontribusi pengaruh yang diberikan pada variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent. Dasar pengambilan keputusan dalam menentukan koefisien determinasi yaitu nilai R^2 dikatakan baik jika nilainya diatas 0,5 – 1, jika nilainya dibawah 0,5 maka dapat dikatakan pengaruh yang diberikan pada variabel independent terhadap variabel dependent tersebut lemah.²³



²³ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 164.