

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian ini yaitu dimana peneliti melakukan penelitiannya menggunakan data dan informasi yang diperoleh secara langsung dari lapangan dan sumbernya secara jelas.<sup>1</sup>

Metode kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang merujuk pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya suatu hal atau penyebab dari seseorang yang melakukan serta memutuskan suatu hal.<sup>2</sup> Metode kuantitatif juga menguji hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya dengan melakukan uji atau pengukuran menggunakan berbagai prosedur statistik yang dilakukan dengan teori secara objektif.<sup>3</sup>

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan seluruh karakteristik yang terdapat dalam penelitian yang mana meliputi keseluruhan dari subjek, objek ataupun lainnya yang nantinya akan diukur.<sup>4</sup> Sehingga dalam penelitian yang dilakukan ini, untuk populasinya yaitu menggunakan seluruh nasabah Bank Jateng Cabang Syariah Kudus di Kabupaten Kudus, Pati, Demak dan Jepara yang menjadi nasabah tabungan maupun kredit atau pembiayaan Bank Jateng Cabang Syariah Kudus.

#### 2. Sampel

Sampel merupakan suatu bagian yang terdapat dalam populasi dan dimiliki. Sampel dalam penelitian kuantitatif ini akan sangat mudah dalam proses penelitian karena dapat

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 14-15

<sup>2</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Rajagrafindo, 2010), 24.

<sup>3</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 39.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 115.

menentukan jumlah yang lebih sedikit dari populasi yang telah ditentukan, sehingga tidak memakan waktu banyak dan lebih efisien.<sup>5</sup>

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik *non probability sampling*, teknik ini digunakan untuk pengambilan sampel yang nantinya tidak akan memberikan kesempatan ataupun peluang yang sama untuk anggota populasi yang akan dipilih menjadi sampel nantinya. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *sampling purposive*, dimana metode ini dalam pengambilan sampelnya menggunakan dan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu, sehingga memudahkan dalam pengambilan sampel oleh peneliti.<sup>6</sup>

Karakteristik yang diperlukan dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu responden harus seorang nasabah Bank Jateng Cabang Syariah Kudus. Jumlah sampel diharapkan 100% mewakili populasi yang mana jumlah harus sama dengan jumlah anggota populasi itu sendiri. Dalam menentukan sampel ini, untuk mengetahui jumlah sampel dari populasi peneliti menggunakan Cochran Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel dari populasi sebagai berikut:<sup>7</sup>

Rumus;

$$n = \frac{z^2 \cdot pq}{e^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel yang diperlukan
- z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96
- p = Peluang benar sebesar 0,5 (50%)
- q = Peluang salah sebesar 0,5 (50%)

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 116.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 120-122.

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 148.

e = tingkat kesalahan sampel atau sampling eror (5% atau 10% )

Dari rumus tersebut, maka dapat dihitung dan disimpulkan bahwa sampel penelitian itu;

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)^2 \cdot (0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9064}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dengan demikian berdasarkan perhitungan pada rumus di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 96 responden atau sampel yang nantinya akan disebar ke seluruh nasabah Bank Jateng Cabang Syariah Kudus .

## C. Desain dan Definisi Operasional Variabel

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya yaitu segala sesuatu yang sudah ditetapkan oleh peneliti yang nantinya akan ditarik sebuah kesimpulan. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, terdapat dua macam variabel yang ada di penelitian ini, yaitu:

#### a. Variabel Independen

Variabel yang biasanya disebut dengan variabel bebas atau variabel stimulus, prediktor maupun antecedent. Variabel bebas ini merupakan suatu variabel yang dalam penelitian mempengaruhi atau yang menjadikan sebab perubahannya maupun timbulnya variabel terikat (dependen).<sup>8</sup> Dalam penelitian ini untuk variabel bebasnya yaitu *emotional marketing* (X<sub>1</sub>), *spiritual marketing* (X<sub>2</sub>) dan *customer experience* (X<sub>3</sub>).

#### b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut dengan Istilah "variabel dependen", "*output*", "kriteria", atau "konsekuensi" adalah nama umum untuk variabel dependen. Dalam penelitian, variabel dependen (variabel

---

<sup>8</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 59.

independen) ini adalah variabel yang dapat dipengaruhi atau dihasilkan dari variabel independen. variabel.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu *customer satisfaction* (Y).

**2. Definisi Operasional Variabel**

**Tabel 3.1. Variabel dan Indikator Penelitian**

No .	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	<i>Emotional Marketing</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Emotional marketing</i> merupakan sebuah konsep pada pemasaran yang nantinya dapat membangun suatu hubungan emosional secara berkelanjutan antara nasabah dengan pihak bank.	1. <i>Product</i> 2. <i>Money</i> 3. <i>Equity</i> 4. <i>Experience</i> 5. <i>Energy</i> <sup>10</sup>	<i>Likert</i>
2.	<i>Spiritual Marketing</i> (X <sub>2</sub> )	<i>Spiritual marketing</i> merupakan suatu proses pemasaran yang menerapkan nilai-nilai islami dan sesuai dengan prinsip syariah, serta sesuai dengan ajaran Nabi pada setiap pengoperasiaanya maupun pada saat dilakukan transaksi.	1. <i>Teistis</i> 2. <i>Etis</i> 3. <i>Realistis</i> 4. <i>Humanistis</i> <sup>11</sup>	<i>Likert</i>

<sup>9</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 59.

<sup>10</sup> Rita Kusumadewi dan Intan Lestari, “Pengaruh Emotional Marketing dan Spiritual Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Cirebon Siliwangi,” 210-211

<sup>11</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, 38

<b>3.</b>	<i>Customer Experience</i> ( $X_3$ )	<i>Customer experience</i> merupakan suatu hasil yang diperoleh seorang pelanggan ketika berinteraksi dengan produk, perusahaan atau bagian lain dari organisasi penyedia jasa yang menimbulkan reaksi atau sebagai tanggapan subjektif pelanggan terhadap perusahaan.	1. Tingkat margin 2. Sikap ramah dan peduli <i>fontliner</i> 3. Efisiensi waktu. <sup>12</sup> 4. Fokus terhadap pelayanan kepada nasabah. 5. Menjaga kerahasiaan nasabah. 6. Memahami keinginan nasabah. <sup>13</sup> 7. Interior dalam kantor. 8. Pencahayaan. 9. Suara 10. Bau ( <i>Scent</i> ) di kantor. <sup>14</sup>	<i>Likert</i>
<b>4.</b>	<i>Customer Satisfaction</i> (Y)	Hasil yang dirasakan oleh konsumen dari kinerja suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi harapan mereka.	1. <i>Overall satisfaction</i> (kepuasan general atau keseluruhan) 2. <i>Confirmation of expectations</i>	<i>Likert</i>

<sup>12</sup> Nuryanti Taufik dan Faizal Haris Eko Wibowo, "KUR-Mikro BRI Customer Experience Measurement," 309

<sup>13</sup> Nuryanti Taufik dan Faizal Haris Eko Wibowo, "KUR-Mikro BRI Customer Experience Measurement," 309

<sup>14</sup> Nuryanti Taufik dan Faizal Haris Eko Wibowo, "KUR-Mikro BRI Customer Experience Measurement," 309

			(konfirmasi harapan) 3. <i>Willigness to recommended</i> (kesediaan untuk merekomendasikan). <sup>15</sup>	
--	--	--	---	--

**D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

**1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan penelitian untuk mengukur validitas kuesioner. Validitas kuesioner ditentukan jika pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam angket tersebut mampu mengungkapkan item-item yang sedang diukur.<sup>16</sup> Dalam uji validitas peneliti akan menguji setiap bagian kuesioner yang dibuat oleh peneliti dimana berisi beberapa pertanyaan, dan pertanyaan yang nantinya terdapat dalam kuesioner untuk mendefinisikan suatu variabel.<sup>17</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan SPSS untuk menguji validitas dimana validitas butir soal ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (derajat kebebasan) (df) = n -2, dimana n adalah jumlah sampel dengan nilai signifikansi 5% (0,05). Item dinyatakan valid jika r tabel < r hitung, dan apabila nilai r tabel > r hitung maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut tidak valid.<sup>18</sup>

**2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur stabilitas dan konsistensi butir-butir pertanyaan yang disusun dalam

---

<sup>15</sup> Poppy A Sanistasya, “ Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang,” 234.

<sup>16</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 52.

<sup>17</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 160.

<sup>18</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 192.

bentuk angket. Pengukuran uji reliabilitas menggunakan rumus *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Butir pertanyaan dikatakan *reliabel* jika nilai *cronbach alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,6$ , dan apabila nilai nilai *cronbach alpha* ( $\alpha$ )  $< 0,60$  maka dapat dikatakan bahwa tidak *reliable*.<sup>19</sup>

## E. Teknik Pengumpula Data

### 1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan sumber data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari pemberi data. Data primer biasanya dapat dilakukan melalui pengamatan, percobaan ataupun wawancara.<sup>20</sup>

### 2. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini merupakan suatu hal yang sangat penting bagi peneliti untuk digunakan dalam penelitian, karena berkaitan langsung dengan sumber informan dan juga data ril yang didapat dari responden. Tujuan dari pengumpulan data ini yaitu sebagai bahan informan yang akurat dan juga relevan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dalam data primer menggunakan kuesioner (angket) sebagai pengumpulan data responden.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer, yaitu:

#### a) Kuesioner (Angket)

Teknik pengumpulan data ini dilakukan oleh penelitian melalui beberapa pertanyaan yang disebarakan, hal ini nantinya akan memudahkan peneliti atau responden, karena sangat efisien dalam segi waktu dan juga tidak merepotkan peneliti. Hal ini dikarenakan angket tersebut dapat menjangkau berbagai responden dalam jumlah yang banyak serta dapat menjangkau di berbagai wilayah manapun, dengan memanfaatkan

---

<sup>19</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 192.

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 193.

system digital melalui link formulir yang sudah dibuat oleh peneliti.<sup>21</sup>

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono, mengungkapkan prinsip pengumpulan data dalam penulisan angket, sebagaimana berikut :<sup>22</sup>

1) Prinsip penulisan angket.

Terdapat beberapa faktor dalam prinsip penulisan angket, diantaranya yaitu: isi dan tujuan dari adanya pertanyaan, bahasa yang dipakai disesuaikan kemampuan responden, tipe pertanyaan terbuka/tertutup yang dapat digunakan dalam kuesioner, pertanyaan tidak mempersulit responden, tidak menanyakan hal - hal yang sekiranya sudah lupa dan memerlukan jawaban yang membutuhkan berfikir berat, pertanyaan tidak menggiring kejawaban yang baik saja atau jelek saja, pertanyaan dalam angket tidak terlalu panjang, dan urutan pertanyaan dalam angket dimulai dari pertanyaan umum ke pertanyaan spesifik.

2) Prinsip pengukuran

Instrumen penelitian yang diberikan kepada responden ditulis dalam kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel.

3) Penampilan fisik angket

Dalam kuesioner, penampilan fisik biasanya digunakan untuk kuesioner yang diberikan secara langsung. Kuesioner dengan kertas buram dapat mengurangi ketertarikan responden, dibandingkan dengan kertas yang bagus dan berwarna. Demikian pula jika kuesioner diberikan dalam jejaring internet, membutuhkan desain yang bagus dan font yang mudah dibaca untuk menarik responden dalam mengisi.

---

<sup>21</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 199.

<sup>22</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 200-202.

Dalam penelitian ini metode penyebaran angket didesain dengan menggunakan skala likert (Likert Scale), dimana masing-masing dibuat menggunakan pilihan supaya mendapatkan data yang bersifat subjektif serta diberikan skor sebagai berikut:

**Tabel 3.2. Skala Likert**

Option Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini biasanya digunakan pada saat dilakukannya proses penelitian untuk menguji sebuah data. Tujuan dari uji asumsi klasik ini yaitu untuk mengetahui penyebaran dari data-data yang digunakan oleh peneliti. Uji asumsi klasik ini dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis.<sup>23</sup> Terdapat beberapa model dalam uji asumsi klasik ini yang akan peneliti gunakan, diantaranya yaitu:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam penelitian untuk mengetahui distribusi data dalam variabel. Peneliti menggunakan uji normalitas dengan uji *Kolmogrov Smirnov*. Data yang berdistribusi normal cocok untuk digunakan dalam penelitian. Data dikatakan terdistribusi normal bila nilai *Asymp. Sig* > 0,05. Di sisi lain, data dikatakan tidak berdistribusi normal bila nilai *Asymp. Sig* < 0,05.<sup>24</sup>

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini dilakukan guna mengetahui ada atau tidaknya kolerasi antara variabel independen dalam satu model regresi. Karena apabila terdapat kesamaan makan akan mengakibatkan terjadinya kolerasi atau sebab akibat yang tinggi, sehingga dengan

<sup>23</sup> Masrukhin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, 180.

<sup>24</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 152.

dilakukannya uji ini akan membantu peneliti dalam menghindari kebiasaan dalam mengambil keputusan mengenai pengaruh dari masing-masing uji persial dengan variabel independen terhadap variabel dependen. Hal tersebut dapat diketahu dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).<sup>25</sup>

Tidak terjadi masalah multikolinieritas ketika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, sedangkan apabila terjadi masalah multikolinieritas ketika nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10.<sup>26</sup>

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini biasanya digunakan oleh peneliti untuk dapat menguji adanya perbedaan atau ketidaksamaan dari variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika hasil dari variance residual ini dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut dengan homokedastisitas.

Peneliti menggunakan uji heterokedastisitas ini melalui uji glejser yang mana bertujuan untuk meregres nilai *absolut residual* terhadap variabel independen. Tidak terjadi heterokedastisitas ketika nilai sig. > 0,05 dan apabila nilai sig. < 0,05 maka terjadi heterokedastisitas.<sup>27</sup>

## 2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu dependen. Jadi persamaan regresi linier berganda dengan 5 variabel independen sebagai berikut:<sup>28</sup>

Rumus :

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

<sup>25</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*,185.

<sup>26</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014),99-103.

<sup>27</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 190-191.

<sup>28</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, 149-160.

Keterangan:

Y = Nilai prediksi variabel dependen (*Customer Satisfaction*)

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi *emotional marketing*

$b_2$  = Koefisien regresi *spiritual marketing*

$b_3$  = Koefisien regresi *customer experience*

$X_1$  = Variabel independen (*emotional marketing*)

$X_2$  = Variabel Independen (*spiritual marketing*)

$X_3$  = Variabel Independen (*customer experience*)

b. Uji Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ )

Peneliti mengukur kemampuan dan fungsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen dengan menggunakan uji  $R^2$ . Uji ini disebut juga uji kepatutan karena digunakan untuk menentukan tingkat perubahan variabel dependen yang ditimbulkan oleh variabel dependen. faktor bebas. Perubahan variabel terikat yang ditimbulkan oleh variabel bebas akan semakin besar jika  $R^2$  semakin tinggi, begitu pula sebaliknya.<sup>29</sup>

c. Uji Statistik F

Peneliti menggunakan uji F untuk mengetahui apakah variabel independen ini saja berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F dapat diartikan sebagai uji signifikansi atau uji koefisien.<sup>30</sup>

Dalam hal ini yang dilakukan dalam uji F ini membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  yang nantinya dapat diambil kesimpulan, apabila nilai  $F_{hitung} <$  nilai  $F_{tabel}$  atau bisa dikatakan nilai Sig.  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima. Sedangkan apabila nilai  $F_{hitung} >$  nilai  $F_{tabel}$  atau dikatakan nilai Sig.  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak.

d. Uji Statistik t

Peneliti menggunakan uji t yang disebut juga uji koefisien regresi parsial untuk mengetahui apakah

---

<sup>29</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 108

<sup>30</sup> Duwi Priyatno, Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS, (Yogyakarta: MediaKom, 2010),67.

variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen sebagian atau tidak.<sup>31</sup>

Dalam uji t ini yang mana dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  yang nantinya dapat diambil kesimpulan oleh peneliti bahwa apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau dapat dikatakan jika nilai Sig.  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, begitupula sebaliknya apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau dapat dikatakan jika nilai Sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.



---

<sup>31</sup> Duwi Priyatno, Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS, 68-69.