

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang mengungkap besar atau kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam angka-angka, dengan cara mengumpulkan data yang merupakan faktor pendukung terhadap pengaruh antara variabel-variabel yang bersangkutan kemudian mencoba untuk dianalisis dengan menggunakan alat analisis yang sesuai dengan variabel-variabel dalam penelitian.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu responden diberi beberapa pertanyaan dalam bentuk angket/kuesioner, dengan demikian sumber datanya adalah data primer yaitu diambil langsung dari sampel dan dikumpulkan secara langsung.

Jenis penelitian yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian verifikatif, pendekatan kuantitatif dan metodenya *explanatory* yang mana tujuannya adalah menelaah antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu. Dengan menggunakan skala pengukuran Likert, metode pengumpulan data dengan cara observasi, kuisisioner, serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini melibatkan 2 variabel dimana terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

3.2.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variable dalam hal ini adalah *Service Quality* dan Kepuasan yang menjadi sebab terjadinya/ terpengaruhnya variabel dependen loyalitas nasabah Bank Mandiri syariah cabang Jombang.

1. *Service Quality* (X¹)

Menurut Tjiptono dan Chandra (2014 : 121) Kualitas layanan (*service quality*) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan defenisi tersebut, kualitas layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Adapun 5 dimensi *Service Quality*/kualitas pelayanan yaitu:

- a. Keandalan (*Realibility*)
- b. Ketanggapan (*Responsiveness*)
- c. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)
- d. Empati (*empathy*)
- e. Bukti fisik (Tangibles)

2. Kepuasan Nasabah (X^2)

Menurut Kotler dan Keller (2009) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Adapun indikator kepuasan nasabah sebagai berikut:

- a. Perilaku komplain
- b. Ketersediaan untuk merekomendasi
- c. Niat beli ulang

3.2.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Syariah cabang Jombang

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel penelitian	Dimensi	Indikator	Item	Sumber
<i>Service Quality</i> (X1)	Keandalan (<i>Realibility</i>)	1. Prosedur layanan	1. Selalu akurat dan terpercaya	Tjiptono, 2014
		2. Kinerja	2. Ketepatan waktu dalam menangani pelanggan	
		3. Sikap kepada pelanggan	3. simpatik dan akurasi yang tinggi	
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	1. Ketersediaan membantu nasabah	4. Karyawan selalu bersedia membantu nasabah	
		2. Tanggap terhadap keluhan	5. Karyawan selalu tanggap dalam menangani keluhan	
		3. Cepat dalam	6. Karyawan cepat	

Variabel penelitian	Dimensi	Indikator	Item	Sumber	
		melayani	dalam melayani nasabah		
	Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>)	1. Kesopanan karyawan	7. Nasabah merasa karyawan BSM sopan dalam melayani nasabah		
		2. Keramahan karyawan	8. Nasabah merasa karyawan BSM ramah dalam melayani nasabah		
		3. Keamanan dana simpanan nasabah	9. Nasabah merasa aman atas dana simpanannya		
	Empati (<i>empathy</i>)	1. Perhatian kepada nasabah	10. Memberikan perhatian terhadap keluhan nasabah		
		2. Perlakuan adil terhadap nasabah	11. Nasabah merasa perlakuan karyawan cukup adil		
	Bukti fisik (<i>Tangibles</i>)	1. Ruang tunggu nyaman	12. Ruang tunggu yang ada nyaman		
		2. Kebersihan ruangan	13. Kebersihan setiap ruangan BSM selalu terjaga dengan baik		
	Kepuasan Nasabah (X2)	1. Perilaku komplain	14. Keluhan nasabah dilayani dengan baik		Kotler & Keller, 2009
			15. Saran nasabah direpon dengan baik		
2. Kesiediaan untuk merekomendasi		16. Nasabah merekomendasi BSM ke orang lain			
		17. Keinginan untuk terus menjadi nasabah			
3. Niat beli ulang	18. Nasabah merasa puas pada BSM				
Loyalitas Pelanggan (Y)	1. Menolak produk atau jasa dari pesaing	19. Tidak memilih bank lain selain BSM	Griffin, 2007		
	2. Tidak tertarik dengan promosi pesaing	20. Tidak tertarik dengan promosi Bank lain			
	3. Menarik pelanggan baru	21. Merekomendasikan BSM ke orang lain			

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah yang aktif menabung dan meminjam di Bank Mandiri Syariah Cabang Jombang periode tahun 2012-2014 sebanyak 2.244 nasabah.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi namun bukan populasi itu sendiri. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi.

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut : (Suwarjeni dan Endrayanto, 2012 : 17)

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel / Jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, $e = 0.1 / 10\%$

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah 2.244 orang, sehingga presentase kelonggaran yang dipilih sebesar 0.1/10%. Maka dapat dihitung

$$n = \frac{2.244}{1 + 2.244 (0,1)^2}$$

$$= 96$$

Jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random sampling*. *Random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang pengambilan objeknya semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel (Sugiyono, 2003 : 74-78).

3.4 Jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data

3.4.1 Jenis dan sumber data

1. Data Primer

Data primer merupakan data asli atau data mentah yang langsung diperoleh penulis dari sumber data (Sugiyono, 2011) selama melakukan penelitian di lapangan (*field research*). Dalam hal ini data

diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner/angket kepada nasabah yang menabung di Bank Mandiri Syariah Cabang Jombang.

2. Data sekunder

Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi dan studi kepustakaan

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

1. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011). Data ini diperoleh dari angket yang diedarkan ke 100 responden yang bersangkutan yang berisi tanggapan responden yang berhubungan dengan perilaku nasabah dalam loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah cabang Jombang.

2. Studi dokumentasi

Mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian.

3.5 Skala Pengukuran

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah angket. Format yang digunakan berupa pertanyaan-pertanyaan. Isi angket dibagi atas dua bagian, pernyataan yang ada pada bagian pertama mengenai profil responden, bagian kedua dampak *Service Quality* dan Kepuasan nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Jombang. Hasil

dari *Service Quality* dan Kepuasan nasabah tersebut apakah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Jombang. Variabel di dalam kuesioner ini menggunakan skala *likert*, yaitu dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Jawaban setiap instrumen mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Gradasi yang digunakan adalah :

- a. Sangat setuju = Skor 5
- b. Setuju = Skor 4
- c. Cukup setuju = Skor 3
- d. Tidak setuju = Skor 2
- e. Sangat tidak setuju = Skor 1

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya Aswar (2011). Langkah selanjutnya adalah secara statistik, angka korelasi yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total, atau membandingkan dengan angka bebas korelasi nilai r yang menunjukkan valid. Pada penelitian ini uji validitas dibantu dengan program SPSS

(*Statistical Package For Sosial Sciences*). Kreteria penilaian uji validitas adalah :

- a. Apabila r hitung $>$ table, maka item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r table, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid. (Ghozali, 2012)

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Validitas

Variabel	Dimensi	Item Pertanyaan	r hitung	Nilai koeffesien	Keterangan
<i>Service Quality</i> (X1)	Keandalan	X1.1	0,766	0,30	Valid
		X1.2	0,751	0,30	Valid
		X1.3	0,826	0,30	Valid
	Ketanggapan	X1.4	0,721	0,30	Valid
		X1.5	0,638	0,30	Valid
		X1.6	0,787	0,30	Valid
	Jaminan dan Kepastian	X1.7	0,831	0,30	Valid
		X1.8	0,716	0,30	Valid
		X1.9	0,596	0,30	Valid
	Empati	X1.10	0,757	0,30	Valid
		X1.11	0,911	0,30	Valid
	Bukti fisik	X1.12	0,756	0,30	Valid
		X1.13	0,709	0,30	Valid
Kepuasan nasabah (X2)		X2.1	0,749	0,30	Valid
		X2.2	0,834	0,30	Valid
		X2.3	0,718	0,30	Valid
		X2.4	0,749	0,30	Valid

Lanjutan tabel 3.3

		X2.5	0,838	0,30	Valid
Loyalitas nasabah (Y)		Y.1	0,649	0,30	Valid
		Y.2	0,883	0,30	Valid
		Y.3	0,764	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 3.2 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang terdapat pada variabel *service quality*, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefisien, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh menghasilkan suatu penelitian mengukur dapat di percaya Azwar (2000). Hasil pengukuran dapat di percaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama aspek yang diukur dalam dari subyek belum diubah. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Crombach* Azwar (2000) untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliabel* akan dilakukan pengujian *reliabilitas* koesioner dengan bantuan computer program SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

- a. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- b. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel. (Ghozali, 2012)

Adapun uji coba realibilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji realibilitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Realibilitas

Variabel	Dimensi	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X1	Keandalan	0,663	Alpha Cronbach > 0,6 maka reliabel	Reliabel
	Ketanggapan	0,672		
	Kepastian dan jaminan	0,665		
	Empati	0,690		
	Bukti fisik	0,622		
X2		0,815		Reliabel
Y		0,658		Reliabel

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2011) Metode analisis deskriptif presentase digunakan untuk mengkaji variabel-variabel yang ada dalam penelitian yaitu harga, kualitas produk, keunikan produk dan keputusan pembelian.

Dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

1,0 – 1,8 = sangat buruk

1,9 – 2,6 = buruk

2,7 – 3,4 = cukup

3,5 – 4,2 = baik

4,3 – 5,0 = sangat baik

3.7.2 Analisis Regresi Berganda

Metode analisa data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan keunikan produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regresional Ananlisis*). Regresi berguna dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel terikat Santoso (2000). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistic SPSS for windows untuk mempermudah proses pengolaan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah di kumpulkan , kemudian output dari hasil pengolahan data tersebut di interpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai hasil dari penelitian.

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variable bebas mempengaruhi variable terikat. Pada regresi berganda terdapat suatu variable terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Model hubungan Loyalitas nasabah dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

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

Dimana :

Y : Loyalitas nasabah

a: Konstanta

b: Koefisien

X1 : kualitas pelayanan

X2 : kepuasan nasabah

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar di peroleh model analisis yang tepat. model analisis regresi penelitian ini menyaratkan uji asumsi terhadap data meliputi:

1. Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi di temukan adanya korelasi antar variable independent Ghozali (2006). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolonieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variable independent. Uji multikolonieritas pada

penelitian dilakukan dengan matriks korelasai. Pengujian ada tidaknya gejala multikolonieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*variance inflation factor*) dan tolerance-nya. Apabila nilai matriks korelasi tidak ada yang lebih besar dari 0,5 maka dapat di katakana data yang akan dianalisis terlepas dari gejala multikolonieritas, kemudian apabila VIF breskala dibawah 10 dan nilai tolerance mendekati 1, maka di ambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut terdapat problem multikolonieritas. (Santoso, 2003)

2. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual dari suatu pengamatan satu ke pengamatan yang lain Ghozali (2003). Jika varians dari residua tau dari suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan jika varians berbeda disebut Uji heteroskedastisitas. model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2006). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variable terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal Gozali (2006). Unyuk

menguji apakah data yang di kumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut:

a. Metode grafik

Metode grafik yan handal adalah dengan melihat normal melihat normal probability plot yang membandingkan distribsi kuantitatif dari distribusi normal (Gozali, 2006). Distribusi normal akan membuat satu garis lurus diagonal , dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal , maka model regresi memenuhi asumsi normaliras. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

b. Metode statistic

Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov smirnow. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai sidnifikasi variable, jika signifikan lebih besar dari alpha 5% maka menunjukan distribusi data normal.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi

adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika $D - W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali, 2012).

3.7.4 Uji hipotesis

a. Uji t

Uji t digunnakann menguji sitnifikasi variasai hubungan antara variabel X dan Y<, apakah Variabel X1, X2 benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel (loyalitas nasabah) dalam melakukan uji t , digunakan menyusun hipotesis yang akan diuji, berupa hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1):

H_0 = variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah cabang Jombang.

H_0 = $b_i=0$

H_1 = variabel kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah cabang Jombang.

H_1 = $b_i \neq 0$

H_0 = variabel kepuasan nasabah tidak akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah cabang Jombang.

H_0 = $b_i=0$

H_1 = variabel kepuasan nasabah akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah cabang Jombang.

$$H_i = b_i \neq 0$$

b. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) variabel independent samasekali tidak berpengaruh dengan variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).