

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikry KM 3,5, Pahlawan, Kemuning, Palembang, Telp. 0711-354668. Penelitian ini Mengambil responden mahasiswa tahun angkatan 2016 yang terdiri dari mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah, D3 Perbankan Syariah, S1 Ekonomi Islam dan Manajemen Zakat dan Wakaf yang menggunakan jasa transportasi ojek *online* Grab.

#### **B. Desain Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka desain penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh secara langsung dari pelanggan transportasi ojek *online* Grab pada seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016 UIN Raden Fatah Palembang.

#### **C. Jenis dan Sumber data**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data

kualitatif yang diangkakan untuk melihat keakuratan variabel.<sup>1</sup> Kemudian menurut Bryman dalam Wiratna Sujarweni penelitian kuantitatif merupakan proses penelitian yang dimulai dari teori, hipotesis, disain penelitian, memilih subjek, mengumpulkan data dan menuliskan kesimpulan.<sup>2</sup>

## 2. Sumber data

Penelitian ini menggunakan data primer dan skunder. Data primer diperoleh dari responden melalui kuesioner, data yang di peroleh dari data primer ini harus diolah lagi. Kemudian data skunder diperoleh dari artikel dan buku-buku yang dipakai sebagai teori.<sup>3</sup>

## D. Populasi dan sampel

### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.<sup>4</sup> Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang di teliti dan mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulan.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini populasi yang dipilih adalah semua mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2016,

---

<sup>1</sup> Suharmini, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*,(Jakarta: Rineka Cipta).2014.hlm.172

<sup>2</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress),2015.hlm.39

<sup>3</sup> *Ibid.*,hlm.89.

<sup>4</sup> Suharmini, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta).2014.hlm.173

<sup>5</sup> Muhajirin dan Maya panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*,(Yogyakarta:Idea Press,2017),cet-1.hlm.113.

berjumlah 643 mahasiswa yang terdiri dari jurusan S1 Perbankan Syariah, S1 Ekonomi Islam, S1 Manajemen Zakat dan Wakaf dan D3 Perbankan Syariah.<sup>6</sup>

**Tabel 3.1**  
**Jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan tahun 2016**

No	Jurusan	Jumlah
1	Perbankan Syariah (S1)	247
2	Ekonomi Islam (S1)	244
3	Manajemen Zakat dan Wakaf (S1)	24
4	Perbankan Syariah (D3)	128
	Jumlah	643

Sumber : Data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,2018

## 2. Sampel

Setelah menentukan populasi, selanjutnya adalah menentukan sampel penelitian. Sampel adalah wakil-wakil dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel secara subjektif oleh peneliti karena peneliti memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diambil dari kelompok tertentu.<sup>8</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan atau syarat tertentu yang dipandang mempunyai hubungan yang erat dengan ciri-ciri atau sifat

<sup>6</sup> Bagian BAK Akademika FEBI, *data Mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2016*,(Palembang:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah).2018.tidak diterbitkan

<sup>7</sup> Azuar Juliandi, Irfan dan Sapri Manurung, *Metode Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, (Medan: UMSU Press).2014.hlm.51

<sup>8</sup> Umar Husein, *Metode Riset dan Perilaku Konsumen* (Jakarta:Erlangga).2010.hlm.85

dari populasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut.

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kesalahan yang ditolelir atau diinginkan dalam pengambilan sampel.

Dengan populasi sebanyak 643 mahasiswa dan tingkat kesalahan adalah 10% maka besar sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{643}{1+(643(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{643}{1+6,43}$$

$$n = \frac{643}{7,43}$$

n = 86,5 dibulatkan 87

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat dari rumus slovin diatas, maka diketahui jumlah sampelnya adalah 87 orang.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian merupakan cara untuk mengumpulkan data-data yang relevan bagi penelitian.<sup>9</sup> Metode penelitian ini yaitu:

### 1. Kuesioner

Koesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan yang sesuai dengan apa yang di butuhkan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan dari penulis, penulis menggunakan skala *likert*. Jawaban setiap intem instrument yang menggunakan skala atau *ikert* yang berisi lima tingkat profensi jawaban dengan pilihan jawaban sebagai berikut:<sup>10</sup>

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

Pertanyaan	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Juliansyah (2015:139)

### 2. Dokumentasi

<sup>9</sup> Azuar Juliandi, Irfan dan Saprihal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, (Medan: UMSU Press).2014.hlm.65

<sup>10</sup> Juliansyah, *Metode Penelitian, Skripsi, tesis, disertai, dan karya ilmiah*, Cet. 5, (Jakarta: Kencana Pramedia Gruop), 2015.hlm. 139

Dalam penelitian ini juga dilakukan metode dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen, baik dokumen-dokumen yang tersedia dilapangan maupun dokumen yang dibuat oleh peneliti.<sup>11</sup>

## F. Variabel-Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan variabel yang didefinisikan secara operasional sehingga bisa dijadikan suatu petunjuk dalam melakukan penelitian dan sebagai petunjuk bagi pembaca. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

### 1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel independen adalah variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau penyebab perubahan pada variabel dependen atau variabel tidak bebas (terikat).<sup>12</sup> Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Citra Merek (X1), Nilai Pelanggan (X2), Kepuasan Pelanggan (X3) dan Kepercayaan (X4)

### 2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independen.<sup>13</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

## Tabel 3.4

---

<sup>11</sup> Helen Sabera Adib, *Metodologi Penelitian*, (Palembang: Noerfikri Offist).2016.hlm.38

<sup>12</sup> Mashuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian*, (Bandung: Refika Aditama).2011.hlm.129

<sup>13</sup> *Ibid*\_hlm.129

### Depenisi Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Indikator
Loyalitas pelanggan(Y)	Loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bagaimana perilaku pelanggan terhadap perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Melakukan pembelian ulan</li> <li>2.Mereferensikan kepada orang lain.</li> <li>3.Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.</li> </ol>
Citra Merek (X1)	Citra Merek dari suatu perusahaan memberikan identitas dan juga pandangan atau pemikiran tersendiri dari pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.asosiasi merek</li> <li>2.Kekuatan asosiasi merek</li> <li>3.Keunikan asosiasi merek</li> </ol>
Nilai Pelanggan (X2)	Merupakan nilai yang dirasakan pelanggan antara manfaat yang dirasakan dan biaya-biaya yang dikeluarkan dan sebagai penentu kesetiaan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nilai emosional</li> <li>2. Nilai Kualitas</li> <li>3. Harga/Nilai biaya</li> </ol>
Kepuasan pelanggan(X3)	Pelanggan akan merasa puas ketika ketika mereka mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Kesesuaian harapan</li> <li>2.Minat pembelian ulang</li> <li>3. Kesetiaan merekomendasikan</li> </ol>
Kepercayaan(X4)	Merupakan harapan yang dipegang oleh pelanggan ketika perkataan, janji, pernyataan lisan dan tulisan atau lainnya dapat diwujudkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Integritas</li> <li>2. Kebaikan</li> <li>3. Kompetensi</li> </ol>

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai Sumber,2018

## G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan peneliti untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.<sup>14</sup> Kualitas instrumen penelitian ditentukan oleh dua kriteria utama yaitu:

### 1. Uji Validitas

Setelah kuesioner dibuat, kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji validasi dengan melihat korelasi antar item pertanyaan. Uji validasi digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada tiap butir pertanyaan. Hasil  $r$  hitung kita bandingkan dengan  $r$  tabel dimana  $df = n - 2$  dengan sig 5% jika  $r$  tabel  $< r$  hitung maka valid.<sup>15</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kesetabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner.<sup>16</sup> Penelitian menguji reliabilitas

---

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta).2014.hlm.102

<sup>15</sup>V. Wiratna Suajerweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress).2015.hlm.52

<sup>16</sup>*ibid.*, hlm.110

instrumen menggunakan koefisien korelasi keandalan Alpha(*Cronbach Alpha*), jika nilai alpha  $>0,60$  maka reliabel.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas Data

Data yang berdistribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang dapat dikatakan bisa mewakili populasi. Uji normalitas adalah melakukan perbandingan antara data yang kita miliki dengan data distribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita.<sup>17</sup> model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.<sup>18</sup> Penelitian ini menggunakan uji kenormalan data menggunakan grafik normal *probability plot* dan tabel *test of normality* menggunakan kolmogrov-seminov. Untuk menetapkan kenormalan, kriteria yang berlaku sebagai berikut:<sup>19</sup>

- 1) Jika signifikansi yang diperoleh  $> \alpha$ , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. ( $\alpha = 0,05$ )
- 2) Jika signifikansi yang diperoleh  $< \alpha$ , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal. ( $\alpha = 0,05$ )

---

<sup>17</sup> *ibid.*, hlm.120

<sup>18</sup> Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews)*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), Cet-1, hlm. 106

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta).2017.hlm.174

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas menyebabkan penaksiran atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Model regresi yang dikatakan baik ialah homoskedestisitas atau tidak adanya masalah heteroskedastisitas.<sup>20</sup> Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji glejser. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi heterokedastisitas dan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Dengan menggunakan SPSS yaitu *tes for linierity* dengan pada taraf signifikan  $< 0,05$ . Artinya variabel bebas berkorelasi linier dengan variabel terikat, begitupun sebaliknya jika nilai signifikan  $\leq 0,05$ , maka variabel bebas tidak berkolerasilinier dengan variabel terikat.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Duwi Priyatno, “*SPSS (untuk analisis korelasi, regresi, dan multivariate)*”, (Yogyakarta: Gava Media, 2009), hlm. 58-60

<sup>21</sup> Sutrisno Hadi, *Seri Program Statistic-versi 2000*,(Yogyakarta: Universitas Gaja Mada),2000.hlm.103

d. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinearitas ialah digunakan untuk menguji apakah variabel dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik mensyaratkan adanya masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya Multikolinieritas dengan melihat nilai Tolerancedan VIF. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai Tolerance, yaitu :<sup>22</sup>

- 1) Tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10
- 2) Terjadi multikolinearitas, jika nilai tolerance lebih kecil atau sama dengan dari 0,10

Dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) :

- 1) Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,0
- 2) Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan dari 10,00

e. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah analisis stastistik yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Persyaratan yang harus dipenuhi yaitu tidak adanya autokorelasi

---

<sup>22</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*,(Semarang: Universitas Diponegoro).2006.hlm.176

dalam model regresi. Metode pengujian dengan ujian Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang terdapat autokorelasi.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dL)$ , maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau di antara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.<sup>23</sup>

## I. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh citra merek, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu analisis regresi juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:<sup>24</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

- Y = loyalitas Pelanggan
- X1 = Citra Merek
- X2 = Nilai Pelanggan
- X3 = Kepuasan Pelanggan
- X4 = Kepercayaan
- b1 = Koefisien Citra Merek
- b2 = Koefisien Nilai Pelanggan
- b3 = Koefisien Kepuasan Pelanggan

---

<sup>23</sup> Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (dilengkapi aplikasi SPSS dan views) cet-1*, (Jakarta: Rajawali Pers), 2016. hlm. 60

<sup>24</sup> V. Wiratna Sujarweni, *metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (yogyakarta: pustaka baru press). 2015. hlm. 160

$b_4$  = Koefisien Kepercayaan  
 $a$  = Konstanta  
 $e$  = *error* / variabel pengganggu

## J. Uji Hipotesis

### 1. Uji T (Parsial)

Uji T adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  masing-masing variabel bebas dengan nilai  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Pengambilan keputusan untuk uji t parsial sebagai berikut:<sup>25</sup>

- a. jika nilai signifikan  $> 0,05$  (hipotesis ditolak) maka variabel indeviden tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  (hopotesis diterima) maka variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### 2. Uji F (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya yaitu citra merek (X1), nilai pelanggan (X2), kepuasan pelanggan (X3) dan kepercayaan (X4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat yaitu loyalitas

---

<sup>25</sup> Agus Tri Basuki Dan Nano Prawoto, *Opcit*, hlm.88

pelanggan (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Pengambilan keputusan untuk uji F sebagai berikut :

- a. Jika nilai  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel- variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Duwi Priyatno, *SPSS (untuk analisis korelasi, regresi, dan multivariate)*, (Yogyakarta: Gava Media, 2009) hlm. 48-56.