

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif untuk penelitian ini adalah dengan pengolahan data-data yang diperoleh dari KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri yang menjadi sampel penelitian ini.

#### **B. Setting Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kecamatan Tanjung Lago, Banyuasin. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pembahasan pada Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kecamatan Tanjung Lago).

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

Salah satu pertimbangan dalam menentukan masalah penelitian adalah dengan tersedianya sumber data serta jenis data yang akan digunakan. Berikut jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

##### **1. Jenis Data**

Jenis data terbagi menjadi dua, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif merupakan data yang disajikan dalam

bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka.<sup>1</sup> Sedangkan data kuantitatif merupakan data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.<sup>2</sup>

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data kuantitatif, yaitu data yang berisi informasi bilangan yang berasal dari data sekunder. Variabel–variabel diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.<sup>3</sup>

## 2. Sumber Data

Pengumpulan data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti yang langsung dari sumbernya. Sumber data primer yaitu data yang diteliti, dikumpulkan, diperoleh yang ditemukan dari lapangan dan objek penelitian, sedangkan data sekunder merupakan data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.<sup>4</sup>

Adapun metode yang digunakan untuk mengambil data dalam penelitian ini, yaitu:<sup>5</sup>

### a. Pengamatan (*Observasi*)

Teknik pengamatan yaitu adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap

---

<sup>1</sup> Noeng Muhajidir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakesarasin, 1966), hlm. 2.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 15.

<sup>3</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 38.

<sup>4</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kualitatif di Lengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta : Kencana,2013), hlm.16.

<sup>5</sup> Syamarsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006), hlm.129

objek yang diteliti dengan menggunakan instrumen yang berupa pedoman penelitian.

b. Wawancara

Teknik untuk mengumpulkan data akurat keperluan proses pemecahan masalah tertentu yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan melalui tanya jawab secara lisan bertatap muka antara peneliti dengan narasumber-narasumber yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang bernama Siti Rohayah, S.Sos selaku ketua KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kecamatan Tanjung Lago, Banyuasin.

c. Angket atau Kuesioner

Teknik ini sangat efektif dalam pendekatan survei dan lebih reliabel dengan menggunakan pertanyaan yang terarah sesuai dengan variabel yang diteliti menggunakan indikator yang telah ditentukan, yang diukur dengan menggunakan skala likert. Responden yang akan mengisi kuesioner atau angket ialah nasabah di KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kecamatan Tanjung Lago, Banyuasin.

#### **D. Variabel-variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>6</sup> Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, hlm. 39

### 1. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen (bebas) dilambangkan dengan (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>7</sup> Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah Citra Perusahaan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan Islami ( $X_2$ ).

### 2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen (terikat) dilambangkan dengan (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>8</sup> Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah variabel Loyalitas Nasabah (Y).

### 3. Variabel *Intervening* (Antara)

Variabel *intervening* (antara) dilambangkan dengan (M) merupakan variabel yang menghubungkan antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan dependen namun tidak dapat diukur. Sehingga menyebabkan hubungan antara variabel X dan Y menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel *intervening* (antara) dalam penelitian ini adalah variabel Kepuasan Nasabah.

## E. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau obyek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Populasi yang akan diteliti

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, hlm. 39

<sup>8</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, hlm. 40

harus didefinisikan dengan jelas sebelum penelitian dilakukan.<sup>9</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada di KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kecamatan Tanjung Lago yang berjumlah 1.151 orang.<sup>10</sup>

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang jelas dan lengkap yang bisa mewakili populasi.<sup>11</sup> Dalam pengambilan sampel dari populasi dapat dibedakan menjadi dua kategori pengambilan sampel dari populasi, yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*.<sup>12</sup> Pada *Probability Sampling* semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel sedangkan *Non Probability Sampling* sebaliknya semua orang tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.<sup>13</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kecamatan Tanjung Lago dengan jumlah 1.151 nasabah. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah :

$$n = 10\% \times N$$

Keterangan :

$n$  : Besar Sampel

$N$  : Besar Populasi

Rumus tersebut berdasarkan pernyataan jika jumlah subjek kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua, sedangkan jika jumlah

---

<sup>9</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm.161

<sup>10</sup> Dokumen Arsip KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri.

<sup>11</sup> M.Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 2*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2015), hlm.83

<sup>12</sup> Syofian Siregar., *Op.Cit.*, hlm. 30-31

<sup>13</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kualitatif*, (Jakarta : Kencana, 2015), hlm.196

subjeknya lebih besar dapat diambil antara 10-25% (Arikunto,2002). Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut :

$$n = 10\% \times N$$

$$n = 10\% \times 1.151$$

$$n = 115,1$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 115 nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kecamatan Tanjung Lago.

## F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan bagian yang mengartikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep atau variabel. Menurut sekaran dimensi berupa perilaku aspek, sifat atau karakter. Definisi operasinal bukanlah definisi teoritis, tetapi definisi yang memberikan ukuran suatu variabel, cara mudah memahami indikator, yang lebih menekankan pada hal-hal yang dapat dijadikan ukuran dari suatu variabel, dengan demikian ukuran tersebut tidak abstrak namun mudah diukur.<sup>14</sup> Berikut tabel definisi operasional variabel pada penelitian ini :

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Jenis
1.	Citra Perusahaan	Citra adalah kesan yang diperoleh	1) <i>Personality</i> (Kepribadian dari perusahaan) 2) <i>Reputation</i> (Reputasi yang	Likert

<sup>14</sup> Juliansyah, *Op.Cit*, hlm.96.

	(X <sub>1</sub> )	berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta- fakta atau kenyataan. Jadi, citra terbentuk dari pengetahuan dan informasi- informasi yang diterima seseorang.	dimiliki perusahaan) 3) <i>Kredibilitas</i> (Kualitas yang ada di perusahaan) 4) <i>Reliabilitas</i> (Potensi yang dimiliki perusahaan) 5) <i>Trustworthines</i> (Kepercayaan yang dimiliki perusahaan) 6) <i>Value</i> (Nilai lebih yang dimiliki perusahaan) 7) <i>Corporate Identity</i> (Identitas perusahaan bagi konsumen)	
2.	Kualitas Pelayanan Islami (X <sub>2</sub> )	Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja.	1) <i>Tangible</i> (keberwujudan fisik) 2) <i>Reliability</i> (keandalan) 3) <i>Responsiveness</i> (daya tangkap) 4) <i>Assurance</i> (jaminan) 5) <i>Emphaty</i> (empati) 6) <i>Compliance</i> (kepatuhan syariah)	Likert
3.	Loyalitas	Loyalitas adalah sikap pelanggan	1) <i>Repeat Buyer</i> 2) <i>Purchases Across</i>	Likert

	Nasabah (Y)	untuk bertahan pada suatu produk atau jasa tertentu dengan ditandai pembelian terus-menerus walaupun ada banyak pesaing dari produk atau jasa tersebut	<i>Product and Service Lines</i> 3) <i>Refers Other</i> 4) <i>Demonstrates Immunity to The Full of Competition</i>	
4.	Kepuasan Nasabah (Z)	Kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.	1) Kualitas Produk 2) Kualitas Pelayanan atau Jasa 3) Emosi 4) Harga 5) Biaya	Likert

Sumber : Dikembangkan oleh penelitian, 2021

### G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik wawancara

(*interview*), angket (*questionnaire*), pengamatan (*observation*), studi dokumentasi dan *Focus Group Discussion* (FGD).<sup>15</sup>

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner ialah suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut.

Daftar pernyataan dapat bersifat terbuka, biasanya jawaban sudah ditentukan oleh peneliti sebelumnya. Instrumen daftar pernyataan dapat berupa pernyataan yang akan diisi oleh responden, *checklist* yaitu memberi tanda pada kolom berdasarkan tingkat tertentu. Dan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS untuk melakukan analisis. Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh variabel independen citra perusahaan dan kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*.

Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

SS	= Sangat Setuju	diberikan skor 5
S	= Setuju	diberikan skor 4
N	= Netral	diberikan skor 3
TS	= Tidak Setuju	diberikan skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberikan skor 1

## **H. Instrumen Penelitian**

Instrumen data sebagai alat mengumpulkan data. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan bermutu atau tidaknya hasil

---

<sup>15</sup> Juliansyah, *Op.Cit*, hlm.138

penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data.

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah salah satu kekuatan penelitian kuantitatif dan didasarkan pada penentuan penemuan tersebut apakah akurat dari sudut pandang peneliti, partisipan, atau pembaca menurut Creswell dan Miller.<sup>16</sup> Validitas atau keshahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen.

Untuk mengetahui dan meneliti apakah angket atau kuesioner yang disusun tersebut valid/sahih, maka perlu di uji dengan uji korelasi antar skor (nilai) setiap pertanyaan dengan total skor yang telah ditentukan.<sup>17</sup> Dalam menentukan layak atau tidak layaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 artinya suatu item di anggap valid jika korelasi signifikan terhadap skor total.<sup>18</sup>

### 2. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dan variabel atau konstruk. Jawaban dikatakan reabilitas jika hasil pengukuran tetap konsisten apabila diukur dengan gejala dan alat yang sama. Bila koefisien korelasi positif dan signifikan, maka jawaban tersebut sudah dinyatakan *reliable*.<sup>19</sup> Teknik atau rumus dapat digunakan metode *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan penelitian *reliable* atau tidak, yang diberikan responden dengan skala seperti : 1-5 atau jawaban yang bisa menginterpretasikan

---

<sup>16</sup> John W Creswell, *Reseach Design*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2016), hlm.268.

<sup>17</sup> Juliansyah, *Op.Cit*, hlm.132.

<sup>18</sup> Dwi Priyano, *Paham Analisa Data dengan SPSS*, (Jakarta : Mediakom,2010), hlm.90.

<sup>19</sup> Syafian Siregar, *Op.Cit*, hlm.55.

penilaian sikap. Reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Metode ini merupakan metode yang paling baik yang digunakan untuk mengetahui penyebab timbulnya kesalahan yang berkaitan dengan waktu. Berikut tabel pedoman untuk interpretasi terhadap koefisien korelasi :

**Tabel 3.2**  
**Pedoman untuk Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi<sup>20</sup>**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Dwi Priyano, 2010

## **I. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh berdasarkan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Pada penelitian ini menggunakan kausal kuantitatif. Beberapa metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

---

<sup>20</sup> Dwi Priyano, *Op. Cit*, hlm.265.

## 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk generalisasi atau umum.<sup>21</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel pengganggu dan residual atau variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan Uji Normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov Test* dasar pengambilan keputusannya yaitu dengan melihat nilai asymp sig (2- tailed) pada output SPSS metode *Kolmogorov-Smirnov* yaitu jika hasil Asymp sig (2-tailed) lebih besar > dari 0,05 maka nilai residual atau data dinyatakan Normal. Dan begitu sebaliknya jika nilai asymp sig (2-tailed) < 0,05 maka menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.<sup>23</sup>

### a. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji

---

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 232

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2008), hlm. 113.

<sup>23</sup> Sarjono dan Julianita. "*SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*". (Jakarta: Salemba Empat. 2013), hlm. 63-64

ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Untuk mengetahui model regresi Linear atau tidak penulis menggunakan pengujian SPSS dengan menggunakan Metode Ramsey. Metode Ramsey mengasumsikan bahwa metode yang benar adalah persamaan yang linear sehingga hipotesis nol menyatakan bahwa model adalah linear. Sebaliknya, hipotesis alternatif menyatakan bahwa model adalah tidak linear. Prinsip metode Ramsey adalah membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel, dengan  $df = \alpha, m, n-k$ . Untuk menghitung nilai F hitung, dapat dilakukan dengan persamaan sebagai berikut<sup>24</sup> :

$$F = \frac{(R2 \text{ new} - R2 \text{ old}) / m}{1 - R2 \text{ new} / (n-k)}$$

Dimana :

$m$  = jumlah variabel bebas yang baru masuk

$n$  = jumlah sampel

$k$  = banyaknya parameter

Dapat dinyatakan “ linear “, jika telah memenuhi kriteria F hitung  $< F$  tabel dengan  $df = (\alpha, m, n-k)$ .

### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu alat uji asumsi regresi yang bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas. Uji multikolinieritas dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tiap-tiap variabel independen dan melalui

---

<sup>24</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta : Penerbit Andi. 2011). hlm. 160

kolom *collinierity statistics* pada tabel *coefficients*, jika nilai VIF ada disekitar angka 1 dan nilai *Tolerance* mendekati angka 1, maka tidak terjadi multikolinieritas. Multikolinieritas terjadi apabila nilai VIF melebihi 10 dan jika VIF kurang dari 10 menunjukkan bahwa korelasi antar variabel independen masih dapat ditolerir. Ada tidaknya masalah multikolinieritas dalam regresi dapat dilihat dengan nilai VIF yang  $< 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0,10$ . Model yang baik adalah model yang tidak terjadi multikolinieritas.<sup>25</sup>

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau dari satu pengamatan ke pengamatan lain.<sup>26</sup> Apabila dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas yaitu metode regresi yang baik karena tidak ada heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk melihat adanya masalah heteroskedastisitas digunakan Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara mengregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>27</sup>

### 3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk menguji pengaruh variabel *intervening* digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Menurut Robert D. Rutherford, analisis

---

<sup>25</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 105.

<sup>26</sup> *Ibid*, hlm. 105.

<sup>27</sup> Agus Tri Basuki, *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka Matani, 2015), hlm. 138

jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel terikat tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.<sup>28</sup> Sedangkan menurut Ghozali, analisis jalur merupakan perluasan analisis regresi linear berganda atau analisis jalur merupakan penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.<sup>29</sup>

Beberapa asumsi yang digunakan pada analisis jalur menurut Al-Rasyid, yaitu:

- b. Hubungan antar variabel harus linier dan adiktif.
- c. Semua variabel residu tidak punya korelasi satu sama lain.
- d. Pola hubungan antar variabel adalah rekursif atau hubungan yang tidak melibatkan arah pengaruh yang timbal balik.
- e. Tingkat pengukuran semua variabel sekurang-kurangnya yaitu interval.<sup>30</sup>

Teknik pengukuran analisis jalur menggambarkan keterkaitan regresi berganda terhadap variabel yang hendak diteliti atau diukur dengan cara sebagai berikut:

### **Tahap I**

Menentukan diagram jalur berdasarkan hubungan variabel sebagai berikut:

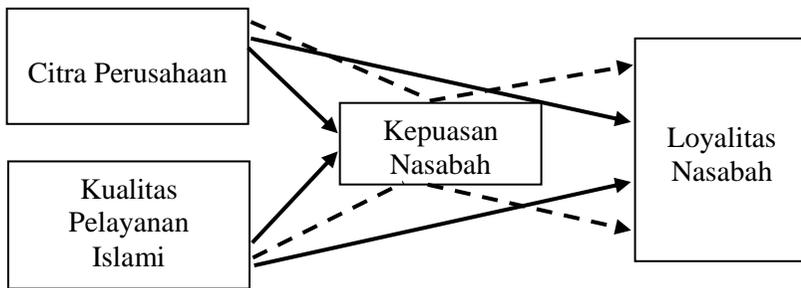
### **Gambar 3.1 Diagram Jalur**

---

<sup>28</sup> Supriadi, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Edisi Revisi Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*, (Jakarta Selatan: Adikita, 2013), hlm. 271

<sup>29</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014), hlm. 58

<sup>30</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2011), hlm.250.



Sumber: Data dikembangkan pada penelitian, 2021.

Keterangan:

- : Hubungan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).
- ..... : Hubungan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (M).

## Tahap II

Menentukan persamaan struktural sebagai berikut:

$$M \text{ (Variabel Intervening)} = \beta X_1 + \beta X_2 + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$M \text{ (Kepuasan Nasabah)} = \beta \text{ Citra Perusahaan} + \beta \text{ Kualitas Pelayanan Islami} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$Y \text{ (Variabel Dependen)} = \beta X_1 + \beta X_2 + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

$$Y \text{ (Loyalitas Nasabah)} = \beta \text{ Citra Perusahaan} + \beta \text{ Kualitas Pelayanan Islami} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

## Tahap III

Menganalisis dengan menggunakan SPSS, yaitu analisis dengan dua langkah yaitu menganalisis untuk struktural 1 dan struktural 2:

### a) Analisis Struktural I

$$M \text{ (Kepuasan Nasabah)} = \beta \text{ Hubungan Citra Perusahaan} + \beta \text{ Kualitas Pelayanan Islami} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

## Tahap Menghitung Persamaan Regresi

Implikasi hasil penelitian SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dari menentukan persamaan struktural berdasarkan diagram jalur yang ditentukan:

### **Analisis Regresi**

Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua, pertama mengetahui pengaruh analisis secara simultan dan kedua mengetahui pengaruh analisis secara parsial.

#### **1. Mengetahui Pengaruh Hubungan antar Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah.**

Untuk mengetahui pengaruh hubungan antar Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah adalah hasil dari perhitungan dengan model summary, khususnya angka *R square* yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh hubungan antar Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah. Dengan cara menghitung Koefisien Determinasi (KD) menggunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan angka F. pengujian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Membandingkan besaran F-hitung dengan F-tabel.
  - 1) Menghitung F-hitung.
  - 2) Menghitung F-tabel dengan ketentuan tarif signifikan 0,05 dan deret kebebasan (dk).
  - 3) Menentukan kinerja uji hipotesis.
    - a) Jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

- b) Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Membandingkan angka taraf signifikan (sig.) dengan signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05.
  - 1) Jika sig. Penelitian  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - 2) Jika sig. Penelitian  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 2. Mengetahui Pengaruh Hubungan antar Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah.

Untuk menentukan besarnya pengaruh hubungan Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah menggunakan uji-t untuk mengetahui besaran pengaruh yang digunakan angka beta standarized coefficient. Langkah-langkah analisis dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis.
- b. Mengetahui besaran angka t-hitung.
- c. Menghitung besaran angka t-tabel taraf signifikan (sig.) dengan signifikansi 0,05 dan  $dk = (n-2)$ .
- d. Menentukan kriteria uji hipotesis.
- e. Membandingkan angka taraf signifikan (sig.) dengan signifikansi 0,05, jika sig. Penelitian  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika sig. Penelitian  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- f. Membuat keputusan.

### b) Analisis Struktural II

$$Y \text{ (Loyalitas Nasabah)} = \beta \text{ Citra Perusahaan} + \text{Kualitas Pelayanan Islami} + e_2$$

### Tahap Menghitung Persamaan Regresi

Implementasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dan menentukan persamaan struktural berdasarkan diagram jalur yang telah ditentukan.

### **Analisis Regresi**

Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua, pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan kedua mengetahui pengaruh secara parsial, yaitu:

#### **1. Mengetahui Pengaruh Hubungan antar Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah.**

Untuk mengetahui pengaruh hubungan antar Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dan hasil perhitungan dengan model summary, khususnya angka *R square* yang digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh hubungan Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Islami dan Loyalitas Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD). Menggunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis, uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan angka F. dapat dilakukan dengan cara:

- a. Membandingkan angka F-hitung dan F-tabel.
  - 1) Menghitung F-hitung.
  - 2) Menghitung F-tabel dengan ketentuan signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (dk).
  - 3) Menentukan uji hipotesis.

- a) Jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - b) Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 4) Menentukan keputusan.
- b. Membandingkan antar angka taraf signifikansi (sig.) dengan taraf signifikansi 0,05.
- 1) Jika sig. Penelitian  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - 2) Jika sig. Penelitian  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## **2. Mengetahui Hubungan Pengaruh antar Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah.**

Untuk mengetahui besarnya pengaruh hubungan antar Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah digunakan uji-t, untuk mengetahui besaran pengaruh digunakan angka beta atau *standarized coefficient*. Langkah-langkah analisis dapat dilakukan dengan cara:

- a. Menentukan hipotesis.
- b. Menghitung besaran angka t-hitung.
- c. Menghitung besaran t-tabel dengan taraf signifikan (sig.) dengan signifikansi 0,05.
- d. Menentukan kriteria uji hipotesis.

- e. Membandingkan angka taraf signifikansi, jika sig. Penelitian < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, jika sig. Penelitian > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- f. Membuat keputusan.

### **3. Prosedur Analisis Variabel Moderasi atau *Intervening* dengan Metode Kausal Step.**

Analisis regresi variabel mediasi menggunakan metode kausal step dikembangkan oleh Baron dan Kenny, untuk memahami bagaimana pengujian variabel mediasi menggunakan metode ini, ada 3 persamaan regresi yang dipakai pada uji variabel M dinyatakan sebagai variabel mediasi atau *intervening* antara variabel X dengan variabel Y jika dipenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Jika persamaan II, X berpengaruh signifikan terhadap M. Persamaan regresi sederhana variabel mediator (M) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel mediator.
- b. Jika persamaan I, X berpengaruh signifikan terhadap Y. Persamaan regresi sederhana variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen harus signifikan mempengaruhi variabel, jadi koefisien.
- c. Jika persamaan II, M berpengaruh signifikan terhadap Y. Persamaan regresi berganda variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) dan mediator (Z) yang diharapkan variabel mediator atau mediasi adalah signifikan mempengaruhi variabel dependen (Y), jadi koefisien.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Suliyanto, *Op.Cit*, hlm. 194.

Variabel M dinyatakan sebagai variabel mediasi sempurna (*perfect mediation*) jika setelah memasukkan variabel M, pengaruh variabel X terhadap Y menurun menjadi nol ( $= 0$ ) atau pengaruh variabel X terhadap Y yang sebelumnya signifikan (sebelum memasuki variabel M) menjadi tidak signifikan setelah dimasukkan variabel M ke dalam model persamaan regresi. Variabel M dinyatakan sebagai variabel parsial (*partial mediation*) jika setelah memasukkan variabel M, pengaruh variabel X terhadap Y menurun tetapi tidak menjadi  $\neq 0$  atau pengaruh variabel X terhadap Y yang awalnya signifikan (sebelum memasukkan variabel M) menjadi tetap signifikan setelah memasukkan variabel M ke dalam model persamaan regresi. Analisis regresi mediasi dengan metode kausal step dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- b. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel mediasi (M).
- c. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- d. Menarik kesimpulan dengan kriteria seperti yang telah dijelaskan di atas.<sup>32</sup>

#### **4. Perhitungan Pengaruh**

##### **a. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)**

Pengaruh variabel hubungan antar Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah.

---

<sup>32</sup> *Ibid*, hlm. 194-195

$$X_1 \rightarrow M$$

Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah.

$$X_2 \rightarrow M$$

Pengaruh variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.

$$M \rightarrow Y$$

Pengaruh variabel hubungan antar Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah.

$$X_1 \rightarrow Y$$

Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah.

$$X_2 \rightarrow Y$$

b. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah melalui Loyalitas Nasabah.

$$X_1 \rightarrow M \rightarrow Y$$

Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah melalui Loyalitas Nasabah.

$$X_2 \rightarrow M \rightarrow Y$$

c. Pengaruh Total (*Total Effect*)

Pengaruh variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah melalui Loyalitas Nasabah

$$X_1 \rightarrow M \rightarrow Y$$