

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yakni dilakukan dengan melakukan survei atau terjun langsung ke objek penelitian.

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini ialah nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.
2. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis untuk melihat pengaruh *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.

B. Desain penelitian

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini dengan membagikan kuesioner kepada responden yang merupakan nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang

C. Jenis dan sumber data

1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh langsung dari pengisian kuesioner/angket sebagai instrumen penelitian.

2. Sumber data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder.² :

- a. Data Primer, yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti

¹ Sugiyono. *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hal.13

² Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2009),hal.137

langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

- b. Data Sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur artikel, jurnal serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada nasabah Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang. Selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, yaitu literatur artikel, buku, jurnal, serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah wilayah keseluruhan dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³

³ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2011), hal.11

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.

Tabel 3.1
Data Jumlah Nasabah pada Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Palembang

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	39.686
2019	42.158
2020	43.680
Total	125.524

Sumber : Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang, 2021

2. Sampel

Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁴

a. Penentuan ukuran sampel

Ukuran sampel adalah banyak individu, subjek atau elemen-elemen dari suatu populasi yang diteliti untuk diambil sampelnya. Keterbatasan waktu, dana, tenaga, dan besarnya jumlah populasi, peneliti mengambil sampel

⁴ Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal.77

penelitian nasabah pada Bank BNI syariah kantor cabang Palembang untuk dijadikan subjek penelitian dalam penelitian ini. Peneliti mereduksi objek penelitian dengan menggunakan sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus *Slovin* dengan taraf kepercayaan 90% (taraf signifikansi 0,10), dan jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 125.524 orang, dengan perhitungan sebagai berikut.⁵

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

$$n = N \frac{N}{1 + N (0,10)^2}$$

$$n = N \frac{125.524}{1 + 125.524 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{125.524}{1255.25}$$

$$n = 99,99\% = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka penulis mengambil jumlah sampel sebanyak 100 responden dari total nasabah BNI Syariah kantor cabang Palembang yang berjumlah 125.524 nasabah.

⁵ Umar Huesin. *Metode Riset dan Perilaku Konsumen Jasa*.(Jakarta:PT.Ghalia Indonesia,2003),hal.108.

b. Penentuan Penarikan Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Incidental sampling*. *Incidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶ Adapun pemilihan sampel dalam penelitian ini berdasarkan ketentuan adalah nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung semua keperluan dalam menganalisis dan penelitian ini, penulis memerlukan sejumlah data, informasi dan pengumpulan data dengan teknik sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Penulis berusaha untuk memperoleh berbagai data dan informasi untuk dijadikan sebagai landasan teori dan acuan mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, menelaah dan mengkaji literatur-literatur berupa buku, jurnal, dan

⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung:Alfabeta, 2009), hal.85

penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Riset Internet (*Online Research*)

Penulis berusaha untuk memperoleh berbagai data dan informasi tambahan dari situs-situs yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan peneliti.

3. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Ialah teknik pengumpulan data yang didapatkan melalui data primer. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode penyebaran kuesioner, yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷ Dalam hal ini responden yang dimaksud adalah nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.

Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.⁸ Dengan skala *likert*, maka

⁷ Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. (Bandung:Alfabeta, 2014), hal.199.

⁸ Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Manajemen*. (Bandung:Alfabeta, 2013), hal.132.

variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan. Adapun pengukuran skala *likert* dalam penelitian ini sebagai berikut :

Table 3.2
Skala likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2013

F. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah suatu atribut atau sifat dari orang. Objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu :

1. Variable independen (Bebas)

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen

atau terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *relationship marketing* (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen yang dilambangkan dengan (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab karena adanya variabel bebas.⁹ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah.

G. Operasionalisasi variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang akan diteliti, definisi dan indikator yang akan dipahami. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian.

Table 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
<i>Relationship marketing</i> (X1)	<i>Relationship marketing</i> merupakan sebuah proses menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan yang kuat dan bernilai tinggi dengan pelanggan serta pihak yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Harmony</i> 2. <i>Acceptance</i> 3. <i>Participation simplicity</i> 4. <i>personal understanding</i> 5. <i>Personal awareness</i> 6. <i>professional awareness</i>

⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 59

	berkepentingan lainnya. ¹⁰	
Kualitas pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan usaha atau upaya yang dilakukan untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empathy</i> (empati)
Loyalitas nasabah (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Repeat purchase</i> (kesetiaan dalam pembelian produk) 2. <i>Retention</i> (ketahanan terhadap pengaruh negatif) 3. <i>Referrals</i> (merefereasikan eksistensi perusahaan kepada orang lain)

Sumber : Diolah dari berbagai sumber, 2021

H. Instrument Penelitian

Sebelum melakukan dan memulai data langkah awal ialah melakukan analisis penelitian dengan menggunakan uji instrument

¹⁰ Kotler, Philip and Garry Armstrong. *Principle of Marketing, Prentice Hall Internasional. Inc : New Jersey* (2008)

¹¹ Tjiptono. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* (Yogyakarta: Andi, 2007) hal. 194

¹² Lili suryati. *Manajemen pemasaran, suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.* (Yogyakarta : Budi Utama, 2019), hal. 93

atau alat ukur. Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji instrumen, yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat ukur dalam kuesioner. Validitas artinya menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan peneliti.¹³ Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner atau angket. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan atau pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak, maka didapatkan kriteria statistik, sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif pada signifikan 5%, maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel, maka data tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat

¹³ Sugiyono. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D.* (Bandung:Alfabeta,2003), hal.202.

diandalkan.¹⁴ Uji reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach Alpha* (α) digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan atau handal jika memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.¹⁵ Ketidakkonsistenan dapat terjadi karena mungkin perbedaan persepsi responden atau kekurangan pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

Table 3.4
Pedoman Untuk Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi

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 : Sugiyono, 2013

I. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis kuantitatif. Teknik analisis kuantitatif dilakukan

¹⁴ Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.99

¹⁵ Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang:UNDIP, 2005), hal. 129

terhadap data yang didapat dari hasil jawaban kuesioner serta digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Data tersebut dikelompokkan dalam kategori tertentu dengan menggunakan table-tabel tertentu untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis dengan menggunakan alat bantuan program SPSS.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah 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.¹⁶

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan jika tidak hati-hati, secara visual kelihatan normal padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh karena itu dianjurkan untuk menguji normalitas data dengan uji statistik

¹⁶ Ghozali, Imam. *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver.5.0.* (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008), hal.113

Kolmogorov Smirnov (K-S) yang dilakukan dengan membuat hipotesis nol (H_0) untuk data berdistribusi normal dan hipotesis alternatif (H_a) untuk data berdistribusi tidak normal. Adapun ketentuan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*:

H_0 = data residual berdistribusi normal (*Asymp.Sig* > 0,05)

H_a = data residual berdistribusi tidak normal (*Asymp.Sis* < 0,05)

b. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bersifat linear atau tidak. Uji linearitas dimaksudkan untuk menguji linear atau tidaknya data yang dianalisis.¹⁷ Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian dengan SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Jika nilai *Sig. deviation from linearity* > 0,05, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat dan sebaliknya.

¹⁷ Sudjana. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi Bagi Peneliti*. (Bandung: Tarsito,2003), hal.331

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan salah satu uji asumsi klasik yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas.¹⁸ Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (nilai korelasi antar sesama variabel = 0).

Adapun dasar acuan untuk menunjukkan ada tidaknya multikolinieritas, sebagai berikut :

- Nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.
- Nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10, maka multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

¹⁸ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2013), hal.105

ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain.¹⁹ Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak tetap disebut dengan homoskedastisitas. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji *glejser*. Uji *glejser* mengusulkan untuk meregresi nilai *ablosut residual* terhadap variabel bebas (*independent variabel*). Jika variabel bebas signifikan secara statistic mempengaruhi variabel terikat (*absolut residual*) maka ada indikasi terjadi heteroskedatisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independendengan variabel dependen, dengan jumlah variabel independen lebih dari satu. Adapun persamaanya ialah :²⁰

¹⁹ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), hal.105

²⁰ Siggih santoso. *SPSS : mengolah data statistic secara professional*, (Jakarta : PT. Elex media komputindo, 1999), hal. 43

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots b_nX_n + e$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen (Loyalitas nasabah)

X_1 dan X_2 : Variabel independen (*Relationship marketing* dan kualitas pelayanan)

α : Konsantan (Nilai Y apabila $X_1, X_2 \dots X_n = 0$)

b : Koefisien regresi (ilai peningkatan atau penurunan)

e : Standar eror

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dimaksud untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan adalah:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial terhadap titik bebasnya dengan membandingkan t

hitung dengan t tabel. Adapun hipotesisnya sebagai berikut

.²¹

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka H_o diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dalam uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai taraf signifikansi 5% atau α 0,05 dengan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Prosedur yang dapat digunakan dalam uji F adalah sebagai berikut :²²

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{table}$ dan nilai signifikan $<$ 0,05 maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya secara bersamaan

²¹ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 23. (Semarang: BPFE Universitas Ponegoro, 2016), hal. 96

²² Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 23. (Semarang: BPFE Universitas Ponegoro, 2016), hal 96

terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ialah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu nol dan satu.²³ Jika $R^2 = 1$, berarti garis regresi yang terbentuk secara sempurna dengan nilai-nilai observasi yang diperoleh dimana naik turunnya nilai Y sebagai variabel terikat seluruhnya disebabkan oleh X sebagai variabel bebas. Sedangkan apabila koefisien determinasi mendekati nilai 1 maka artinya semua informasi yang dibutuhkan dapat menjelaskan variabel bebas untuk memprediksi variabel terikat. Sedangkan $R^2 = 0$ maka artinya bahwa variabel

²³ Peny Cahaya Azwari, Muhammadinah dan Juwita Anggraini. *Modul Praktikum SPSS*. (Palembang: Rafah Press, 2019), hal 101

bebas tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadap variabel terikat.