

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam lingkup penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Syariah compliance* dan *Spiritual Marketing* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Sudirman dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. Peneliti melakukan observasi awal pada September 2022 kemudian menyebar kuesioner pada Desember 2022 hingga Januari 2023 sehingga penelitian ini menjelaskan keadaan pada periode tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan alat uji *SmartPLS.3*. Metode kuantitatif merupakan suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kejadian/fenomena dengan data yang bersifat angka, kemudian diolah dengan alat statistik dan dianalisis.<sup>1</sup>

#### B. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan skala *Likert*. Dalam penelitian ini data yang digunakan bersumber dari penelitian langsung di lapangan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil pembagian kuesioner. Sedangkan, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan maupun data-data yang berkaitan dengan *Shariah Compliance*, *Spiritual Marketing*, loyalitas nasabah, dan kepuasan.

---

<sup>1</sup>Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 21

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Sugiyono mengatakan, bahwa populasi adalah suatu kawasan generalisasi dengan kualitas dan karakteristik objek serta subjek yang sama dengan tujuan untuk diteliti.<sup>2</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Sudirman.

### 2. Sampel Penelitian

Sampeel adalah sebagian populasi. Apabila jumlah populasi terbilang besar, sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk meneliti semua jumlah populasi yang ada, contohnya karena keterbatasan dana, durasi, tenaga. Dalam hal ini, peneliti dapat menggunakan sampel yang akan diamati dan diteliti.<sup>3</sup>

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan Purposive Sampel yang merupakan pengambilan sampel dengan karakteristik atau ciri-ciri tertentu dengan ketentuan orang yang telah menjadi nasabah BSI KC Palembang Sudirman minimal 1 (satu) tahun lamanya. Dibawah ini adalah proses penentuan sampel dengan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$
$$n = \frac{45.000}{1 + 45.000 (0,1^2)}$$

---

<sup>2</sup> Iredho Fani Reza, *Metodologi Penelitian Psikologi: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, Palembang: NoerFikri Offset, 2016, Hal: 57

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke-23, Bandung: Alfabeta, 2016, Hal: 81

$$n = \frac{45.000}{1 + 45.000 (0,01)}$$

$$n = \frac{45.000}{1 + 450}$$

$$n = \frac{45.000}{451}$$

$$n = 99,77827$$

Jumlah sampel dalam perhitungan menggunakan rumus slovin adalah 99,77827 namun akan dibulatkan menjadi 100 sampel.

#### D. Operasional Variabel

Operasional variabel yaitu sebagai istilah yang dapat ditetapkan kepada variabel dengan menetapkan istilah yang berbeda untuk mendefinisikan suatu aktivitas atau menetapkan variabel yang akan diukur untuk membedakan fungsinya. Uraian variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Skala
1.	<i>Shariah Compliance</i> (X1)	Kepatuhan syariah dalam suatu bank adalah kepatuan bank tersebut terhadap prinsip dan nilai syariah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk Bebas Riba, Maysir, Gharar, dan Haram</li> <li>2. Bank menerima pembayaran zakat, infaq, dan sedekah</li> <li>3. Menggunakan prinsip bagi hasil</li> </ol>	Hery Meyadi (2018)	Likert
2.	<i>Spiritual Marketing</i> (X2)	Pemasaran spiritual adalah pemasaran yang dijiwai oleh nilai-nilai spiritual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak adanya penipuan dalam memasarkan produk</li> </ol>	Khoirotun Nisa' dan Imam	Likert

			<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Tidak ingkar janji dalam memasarkan produk</li> <li>3. Bersikap,berprilaku ramah dan santun</li> <li>4. Bersikap rendah hati dalam proses memasarkan produk</li> <li>5. Menguasai dengan betul tentang produk, cekatan, teliti, tepat dalam tindakan, berpenampilan bersih, dan bersahaja</li> <li>6. Bersedia membantu nasabah, memberikan perhatian kepada nasabah tanpa memandang suku, ras dan tingkat sosial</li> </ol>	Sopingi (2020)	
3.	Kepuasan (Z)	Kepuasan adalah penilaian evaluative dari transaksi tertentu. Kepuasan dapat dinilai secara langsung sebagai perasaan keseluruhan pada saat memakai atau mengonsumsi suatu produk atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah</li> <li>2. Jasa pelayanan sesuai dengan keinginan nasabah</li> <li>3. Mampu memenuhi kebutuhan nasabah</li> <li>4. Mampu mengatasi keluhan nasabah</li> </ol>	Tomy Setiawan Ruslim dan Mukti Raharjo (2016)	Likert
4.	Loyalitas (Y)	Loyalitas adalah bentuk dari komitmen dimana komitmen dapat dilihat sebagai suatu ikatan dari	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Repeat</i></li> <li>2. <i>Retention</i></li> <li>3. <i>Refferal</i></li> </ol>	Kotler dan Keller (2006)	Likert

		hubungan kedua belah pihak.			
--	--	-----------------------------	--	--	--

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang berdasarkan tuntutannya. Pertama penulis mengumpulkan data, kemudian mencatat kejadian selama penelitian berlangsung, kemudian melakukan penyajian fakta berbentuk hasil penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner atau angket. Isi dari kuesioner tersebut berupa beberapa pernyataan yang akan diisi oleh responden sesuai dengan apa yang mereka alami.<sup>4</sup>

Dalam pembuat kuesioner ini, peneliti hanya membatasi pernyataan responden dengan cara menggunakan skala likert yaitu 1-5 dengan tingkat preferensi skor, sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju = 1
2. Tidak Setuju = 2
3. Netral = 3
4. Setuju = 4
5. Sangat Setuju = 5

Apabila responden memberikan nilai yang semakin besar, maka indikator tersebut dikatakan semakin berpengaruh pada variabel loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Sudirman.

---

<sup>4</sup> Helen Sabera Adib, *Metodologi Penelitian*, Palembang: NoerFikri, 2015, Hal : 37

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu uji untuk melihat kelayakan setiap indikator masing-masing variabel dengan melihat tingkat validitas dan reliabilitas indikator yang terdapat pada outer model. Yang akan dilakukan sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Suatu skala yang menyatakan kevalidan suatu indikator dengan cara mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas bertujuan untuk melihat keakuratan instrumen yang digunakan untuk penelitian. Uji validitas meliputi:

#### a. *Convergent Validity*

Uji *convergent validity* (validitas konvergen) ditentukan dengan melihat nilai *loading factor* per-indikator dan nilai AVE per-variabel. Adapun syarat untuk menentukan validitas konvergen adalah nilai *loading factor*  $>0,7$ . Jika nilai *loading factor*  $<0,7$  maka indikator tersebut dihilangkan dari model penelitian. Sedangkan dalam uji AVE nilai AVE harus  $>0,5$ .

#### b. *Discriminant Validity*

Untuk menentukan validitas dari *discriminant validity* maka nilai *cross loadings* harus  $>0,7$ .

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi suatu alat ukur. Apabila suatu kuesioner konsisten dari waktu ke waktu maka dapat

dikatakan reliabel. Ketentuan uji reliabilitas ini adalah, nilai composite reliability  $>0,7$ . Bila nilai tersebut  $>7$  maka variabel tersebut memiliki reliabilitas yang baik dan layak masuk kedalam model penelitian.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis data PLS-SEM atau yang sering disebut dengan Sem-PLS. PLS-SEM merupakan suatu teknik yang digunakan untuk memprediksi nilai dalam bentuk statistik. SemPLS membantu penelitian dalam dunia penelitian yang kompetitif.<sup>5</sup>

Penelitian ini menggunakan tools *smartPLS* 3. Dalam prosesnya terdapat dua proses yang harus diselesaikan yaitu, *outer model* dan *inner model*. *Outer model* meliputi uji Validitas dan Reliabilitas, sedangkan *inner model* meliputi uji sebagai berikut:

##### 1. Coefficient of Determination ( $R^2$ )

Uji R-square bertujuan untuk mengetahui kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikatnya. Nilai R-square dalam rentan 0 – 1. Apabila nilai R-square besar maka berarti kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikatnya juga besar. Dalam penelitian yang memiliki variabel X lebih dari satu, maka nilai yang diperhatikan adalah nilai *R-square Adjusted*.

Adapun ketentuan besaran pengaruh sebagai berikut: nilai *R-square Adjusted*  $> 0,75$  dapat dikatakan memiliki pengaruh yang kuat, jika R-

---

<sup>5</sup>Hair, J. F., Hult G. Thomas M., Ringle, Cristian M dan Sarstedt, Marko. “*Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). 2014. Thousand Oaks, California: SAGE Publications.

square *Adjusted* dengan rentan 0,5 hingga 0,74 maka pengaruhnya sedang, namun apabila nilai *R-square Adjusted* pada rentang 0,25 dan 0,49 maka memiliki pengaruh yang lemah.

## 2. Path Coefficient

Uji path coefficient dilakukan untuk melihat signifikansi atau pengaruh pada masing-masing variabel untuk menentukan hasil hipotesis. Apabila nilai p-value  $<0,05$  dan/atau nilai t-statistik  $>1,96$  maka dapat dipastikan variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel lain yang dimaksud.

## 3. Uji Hipotesis

Uji ini dilakukan guna mengetahui fakta suatu pernyataan. Uji ini bertujuan sebagai dasar penetapan keputusan apakah pernyataan diterima atau ditolak. Penilaian uji hipotesis dapat dilihat dari nilai p-value  $<0,05$  atau dengan nilai t-statistik  $>1,96$ .