

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Responden yang peneliti ambil dalam penelitian ini adalah nasabah dari PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang. Terdapat satu variabel dependen dalam penelitian ini, yakni loyalitas nasabah dan variabel independennya adalah *store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas layanan.

#### **B. Rancangan Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah desain penelitian kausal yang bermaksud mengungkap pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya semua informasi atau data diwujudkan dalam angka dan analisisnya berdasarkan analisis statistik. Menurut Sugiyono desain kausal berguna untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi dengan variabel lainnya. Desain Kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).<sup>1</sup> Dengan demikian, desain kausalitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Cross Sectional Method*.

---

<sup>1</sup>Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. 2017

Menurut Umar *Cross Sectional Methodh* yaitu “metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”. Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali (*one-short*) dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-short* atau *cross sectional*.

Untuk memperjelas masalah pada penelitian ini agar tidak menyimpang dari yang ditujukan, maka peneliti menentukan batasan permasalahan dan hanya berfokus pada *store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas layanan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang.

## **C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Kriteria yang dapat menjadi populasi pada penelitian ini adalah nasabah pada Bank Syariah Mandiri di kota Palembang, responden adalah nasabah yang loyal dengan Bank Syariah Mandiri dan sudah berkunjung lebih dari 3x ke bank tersebut.

---

<sup>2</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen.(Yogyakarta: Alfabeta,2013), hal.148

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>3</sup> Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.<sup>4</sup> Teknik ini mencakup orang-orang yang di seleksi atas kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh penulis berdasarkan tujuan riset.

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, menurut Hair adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 16 \times 5 \\ &= 90 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitunga diatas di dapat untuk sampel minimum menggunakan 90 sampel responden.

## 3. Teknik Pengumpulan Sampel

Pengumpulan sampel yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono *Non-probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>ibid.,149

<sup>4</sup>Anwar Sanusi. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta. 2011, hal. 95

<sup>5</sup>ibid.,hal. 154

Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang memiliki hubungan erat dengan kriteria populasi yang telah disebutkan sebelumnya.<sup>6</sup>

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis data, yaitu :

##### **1. Data Primer**

Data primer diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisisioner. Kuisisioner adalah daftar pertanyaan yang disusun secara tertulis. Kuisisioner bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban para responden. Penyebaran kuisisioner dilakukan kepada nasabah yang loyal pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang..

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder digunakan untuk melengkapi atau mendukung data primer. Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip

---

<sup>6</sup>ibid., hal. 156

atau membaca banyak buku dan jurnal yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

### **E. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Tujuan pendefinisian variabel secara operasional adalah untuk memberikan gambaran bagaimana suatu variabel akan diukur, sehingga suatu variabel harus memiliki pengertian yang sangat spesifik dan terukur. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan dependen. Berikut ini penjelasan dua jenis variabel tersebut:

#### 1. Variabel independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat.<sup>7</sup> Adapun variabel independen pada penelitian ini yaitu *Store Atmosphere* (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kualitas Layanan (X3)

#### 2. Variabel dependen

Variabel dependen adalah suatu variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas.<sup>8</sup> Variabel dalam penelitian ini yaitu Loyalitas Nasabah (Y)

---

<sup>7</sup>ibid., hal 96

<sup>8</sup>ibid., hal. 97

## F. Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.”. Variabel penelitian yang diukur dalam penelitian ini dijabarkan menjadi indikator-indikator yang akan digunakan sebagai titik ukur dalam menyusun pertanyaan pada kuisisioner. Penelitian ini menggunakan skala likert dengan skala 5 poin, yakni pernyataan mengenai tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang disampaikan. Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala likert adalah data ordinal. Kategori dalam skala *likert* akan diperjelas pada tabel berikut :

**Tabel 3.1**  
**Kategori dalam Skala Likert**

Skala	Kategori	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Ragu-ragu	RG
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

## G. Definisi Operasional

Adapun yang menjadi definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Store Atmosphere</i> (X1)	<i>Store Atmosphere</i> adalah karakteristik fisik yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan	1. <i>Exterior</i> 2. <i>General interior</i> 3. <i>Store layout</i>	1 = STS 2 = TS 3 = RG 4= S 5 = SS
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan me- muaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan	1. Realibilitas dan durabilitas 2. Konsep produk 3. Perspektif Konsumen	1 = STS 2 = TS 3 = RG 4= S 5=SS
Kualitas Layanan (X3)	Kualitas layanan atau <i>service quality</i> sebagai	1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i>	1 = STS 2 = TS 3 = RG

	ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.	4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empaty</i>	4= S 5 = SS
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah merupakan suatu dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan nasabah terhadap suatu produk, jasa dan dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut	1. Pembelian ulang 2. Kebiasaan mengonsumsi merek 3. Rasa puas pada merek 2. Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik 3. Perekomendasi merek kepada orang lain.	1 = STS 2 = TS 3 = RG 4= S 5 = SS

## H. Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan penulis dengan cara mengumpulkan data berupa teori-teori yang relevan terhadap pembahasan, sehingga didapatkan pengetahuan secara teoritis tentang fenomena yang akan diteliti. . Landasan teori dapat penulis kumpulkan melalui jurnal, buku dan internet.

### 2. Kuisisioner

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden. Menurut (Sugiyono, 2011), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>9</sup>

## I. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif didefinisikan sebagai analisis yang dapat diklasifikasikan ke dalam kategori yang berwujud angka-angka, yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh<sup>10</sup>.

### 1. Analisis Deskripsi Responden

Analisis deskripsi responden bertujuan menganalisis nasabah yang loyal dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang

---

<sup>9</sup>Ibid., hal.230

<sup>10</sup>Ibid., hal. 74

dengan syarat minimal sudah 3x berkunjung ke Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang. Menganalisis data berdasarkan mean dengan bantuan aplikasi SPSS 22 untuk mengetahui mayoritas responden dilihat dari demografi (jenis kelamin, usia dan pekerjaan).

## 2. Uji Instrumen

### a) Uji Validitas

Validitas/kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur.<sup>11</sup> Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Product Moment*. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel, maka butir item soal pertanyaan dinyatakan valid dan memenuhi syarat sebagai alat ukur.

### b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa pengukuran yang memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya.<sup>12</sup> Uji reliabilitas dilakukan dengan nilai Cronbach Alpha. Nilai Cronbach Alpha yang menunjukkan reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

---

<sup>11</sup>Ibid., hal. 203

<sup>12</sup>Ibid., hal. 204

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-sminov* dalam program SPSS<sup>13</sup>. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan *Asymtotic Significance* :

- 1) Jika probabilitas  $>0,05$ , maka data berdistribusi normal
- 2) Jika probabilitas  $<0,05$ , maka data berdistribusi tidak normal

#### b) Uji Linieritas

Uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan linier. Dikatakan linier jika kenaikan skor variabel bebas diikuti kenaikan skor variabel terikat, nilai signifikansi  $>0.05$  dan nilai  $F_{hitung}$ . Uji linieritas ini dilakukan dengan menggunakan garis regresi dengan taraf signifikansi 5%. Karakteristik yang digunakan apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat tidak linier. Sedangkan uji  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti hubungan antara variabel dengan variabel terikat bersifat linier.

---

<sup>13</sup>Rani Oktaviani, Skripsi :” Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek” (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), Hal. 49

<sup>14</sup> Ibid., hal. 50

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga untuk menunjukkan variabel mana yang paling dominan.<sup>15</sup>

Adapun persamaan regresi linear berganda menurut (Sugiyono, 2017) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

$\alpha$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = Koefisien regresi variabel independen

X1 = Variabel *Store Atmosphere*

X2 = Variabel Kualitas Produk

X3 = Variabel Kualitas Layanan

#### 5. Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji statistik t atau uji signifikan parameter individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Taraf signifikansi yang penulis gunakan dalam uji t ini adalah pada tingkat 5% (0,05). Apabila signifikansi < 0,05 maka dinyatakan bahwa

---

<sup>15</sup>Albertus Kelik Pambudi, Skripsi : “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Konsumen*, 2018” (Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma, 2018), hal. 44

variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dan apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2017).<sup>16</sup> Adapun kriteria pengujiannya adalah :

- Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya ada pengaruh variabel *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layananterhadap loyalitas nasabah secara parsial.
- Apabila signifikansi  $> 0,05$  dan  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka  $H_0$  dan  $H_1$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh variabel *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layananterhadap loyalitas nasabah.

## 6. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Model yang digunakan untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan  $R$  square yang .Nilai  $R^2$  dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai  $R^2$  berkisar antara 0-1.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup>Ibid., hal. 46

<sup>17</sup>Ibid., hal. 47

