

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini tentang Pengaruh Kepuasan dan *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah dalam menggunakan ATM Pada Bank Sumsel Babel Syariah Capem Uin Raden Fatah Palembang.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivis. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif yang

digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei.¹

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data kuantitatif yaitu data yang menggambarkan data melalui angka-angka dan bertujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori/hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki.² Jenis data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisioner sebagai instrument penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang menerbitkan atau

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, :Alfabeta, 2015).hlm,7

²Fatta Hanurawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*,(Jakarta:Rajawali Press,2016). hlm,108

menggunakannya.³ Data primer ialah data yang diperoleh langsung dari responden objek penelitian.

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang diajukan kepada nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Capem UIN Raden Fatah Palembang. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Capem UIN Raden Fatah Palembang.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh elemen yang menunjukkan cirri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Capem UIN Raden Fatah Palembang.

³ Seorotno dan Linciolin Arsyad, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta:UPP STIM YKPN,1993),hlm.70

⁴Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitishn Bisnis*,cet-5(Jakarta:Salemba Empat ,2014) hlm. 87

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dengan kata lain, sampel merupakan sebagian atau bertindak sebagai perwakilan populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi⁵. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*, dimana pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak sehingga setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.⁶ Adapun penelitian ini menggunakan populasi nasabah yang dalam hal ini adalah Mahasiswa Bank Sumsel Babel Syariah CAPEM UIN Raden Fatah Palembang.

Karena data populasi tidak diketahui pasti maka rumus pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lameshow* dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dan kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5% yaitu :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

⁵Ibid, hal.43

⁶Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hal. 86.

Keterangan :

- n = besar sampel
Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel
Moe = *Margin of error* (menggunakan *alpha* 0,10 atau *sampling error* 10%)

Tingkat keyakinan yang digunakan apabila 95% maka Z = 1,96 sedangkan apabila tingkat keyakinan yang digunakan 90% maka Z = 1,64, maka sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2} = 96,04$$

Jadi Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuisisioner. Kuisisioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.⁷ Peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada nasabah yang

⁷ Seorato dan Linciolin Arsyad, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta:UPP STIM YKPN, 1993),hal. 91

menggunakan ATM Pada Bank Sumsel Babel Syariah Capem Uin Raden Fatah Palembang.

Kuesoner penelitian ini menggunakan indikator variabel sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan yang berhubungan dengan loyalitas nasabah menggunakan ktm/atm pada bank sumsel babel syariah capem uin raden fatah palembang. Yang akan disebar menggunakan skala likert. skala likert adalah skala yang dikembangkan oleh *Likert* (1932), mempunyai empat atau lebih pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/nilai yang mempresentasikan sifat individu, misalnya pengetahuan, sikap dan prilaku⁸. Adapun skala ukuran yang digunakan oleh penulis untuk menghitung jawaban skor responden menggunakan skala lokert, ukuran skala yang digunakan ada 5 skala yaitu :

- | | |
|------------------------------|---------------|
| 1). SS = sangat setuju | diberi skor 5 |
| 2). S =Setuju | diberi skor 4 |
| 3). KS= Kurang Setuju | diberi skor 3 |
| 4). TS = Tidak Setuju | diberi skor 2 |
| 5). STS= Sangat Tidak Setuju | diberi skor 1 |

⁸ Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis (metode penelitian kualitatif dan kuantitatif)*, (Yogyakarta:IDEA Press,2016, hal 237

F. Variabel - Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini melibatkan dua variabel independen dan satu variabel dependen.⁹

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen.¹⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu: Kepuasan (X1), *Relationship Marketing* (X2)

2. Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas.¹¹ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah yang menggunakan ATM Pada Bank Sumsel Babel Syaiah Capem UIN Raden Fatah Palembang (Y).

⁹Sugiyono 2010, statistika untuk penelitian. Bandung alfabeta. Hlm 60

¹¹ibid Hlm 61

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberi suatu arti, atau mengesifikasi kejelasan, dan memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut¹²

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kepuasan (X1)	kepuasan merupakan fungsi persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan	1. Kualitas Pelayanan. 2. Emosional 3. Kualitas Produk 4. Harga Produk	<i>Likert</i>

¹² Nasir, Muhammad, *Metode Penelitian*, (Jakarta:Pt.Ghalia Indonesia, 1999), hlm 152

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Relationship Marketing (X2)</i>	<i>Relationship Marketing</i> adalah menciptakan hubungan (<i>relationship</i>) antara perusahaan dengan nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan · 2. Komitmen · 3. Komunikasi · 4. Penangan Konflik. 	<i>Likert</i>
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah adalah sikap dari nasabah dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesetiaan pada Suatu penyediaan Layanan Tertentu. 2. Merekomendasikan Produk Pada orang Lain (<i>Refers other</i>). 3. Kesesuaian Dengan Penggunaan Produk. 	<i>Likert</i>

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Misalnya seseorang ingin mengukur berat suatu benda, maka alat ukur yang digunakan adalah timbangan.¹³ Adapun kriteria validitas sebagai berikut ;

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner tidak valid.

2. Uji Realibilitas

Reabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama menggunakan alat ukur yang sama pula.¹⁴ Pada penelitian ini teknik yang digunakan menggunakan tingkat reabilitas adalah *Cronbach Alpha* dengan membandingkan nilai *Alpha* dengan standarnya menggunakan batasan 0.6 reabilitas > 0.6 artinya kurang baik, sedangkan 0,7 artinya dapat diterima dan diatas 0,8 artinya adalah baik.

I. Teknik Analisis Data

¹³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:KENCANA,2013)hal,46

¹⁴*Ibid*,hal,55.

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak¹⁵ Untuk mengetahui normal atau tidaknya data, maka dilakukan uji normalitas dengan uji statistic kolmogorof-simirnov (K-S). untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data. Data dilakukan berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$, sebaliknya jikan nilai signifikannya $\leq 0,05$ maka sebarannya dinyatakan tidak normal¹⁶.

2. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas dilakukan dalam rangka menguji apakah dalam model ganda ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas. Dalam analisis regresi yang baik disyaratkan tidak terjadi multikolineritas diantara variabel bebasnya¹⁷

¹⁵ Syofian Siregar, *Statistic Parametik Untuk Penelitian Kuantitatif*,(Jakarta:PT Bumi Aksara,2014),hal,153

¹⁶ Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramulya ikhasan, *Praltikum Metode Riset Bisnis*,(Jakarta:Salemba Empat, 2015) hal.135.

¹⁷ Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Peneitian*,(Jakarta,change publication,2013),hal,157

Untuk mengetahui terjadi kolinearitas atau multikolineritas diantara variabel bebas dalam suatu model regresi dilakukan dengan melihat atau menguji VIF (Variance Inflation Factor) atau nilai Tol (Tolerance). Kreteria pengujian untuk mengetahui terjadi atau tidaknya kolinearitas atau multikolineritas sebagai berikut. “jika nilai Tol $> 0,1$ atau nilai VIF < 10 , dikatatakan tidak terjadi multikolineritas¹⁸.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah adanya ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji ini dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi. Dimana dalam model regresi harus di penuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas¹⁹.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolute residual dengan variabel-variabel indepeden. Ada beberapa metode

¹⁸*Ibid*,hal 158

¹⁹ Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*,(Jakarta :Rajawali pers.,2016),hal,63

pengujian yang digunakan dalam uji ini yaitu metode *white*. Model regresi yang baik harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas, yang berarti varians dari residual harus konstan untuk keseluruhan variabel, dengan melihat nilai *chi square hitung* < *chi square tabel*.²⁰

4. Uji Linieritas

Tujuan dilakukan uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah antara variabel tak bebas (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam penerapan metode linier.²¹ Dalam penelitian ini, uji linearitas yang digunakan adalah dengan metode *Durbin-Watson*. Model regresi yang baik haruslah memiliki nilai residual yang linear dan dapat dinyatakan linear apabila nilai *Durbin Watson* berada diantara -2 sampai dengan 2.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih variabel

²⁰ Duwi Priyanto, *SPSS untuk analisis korelasi regresi dan multivariate* edisi 1 (Yogyakarta : Gaya Media, 2009), hal., 60

²¹ Syofian Siregar, *Statistic Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Op.Cit, hal, 178

(X1,X2) dengan variabel independen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel deevenen apabila nila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.²²

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Loyalitas Nasabah

a = Konstanta

b1= Koefisien regresi variabel X1

b2= Koefisien regresi variabel X2

X1= kepuasan

X2 = *Relationship Marketing*

e = Tingkat Error, Tingkat kesalahan

²²Syofiann Yamin,Lien,A.Rachmad,Heri Kurniawan, *Regresi Dan Korelasi Dalam Gengaman Anda*,(Jakarta : Salemba empat,2011),hal,29

J. Pengujian Hipotesis

1. Uji t (parsial)

Uji t adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terkait apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas dengan bilai ttabel dengan taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$). Pengambilan keputusan untuk uji t parsial sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ (hipotesis ditolak) maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ (hipotesis diterima) maka variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

2. Uji F (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terkait. Pengujian

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

1. Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terkait.
2. Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel tersebut.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui atau menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas X terhadap variabel Y. nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2 = 1$, artinya garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai-nilai observasi yang diperoleh dan berarti naik turunnya Y (variabel terkait) seluruhnya disebabkan oleh X(variabel bebas). Jika $R^2=0$, artinya variabel bebas tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadap variabel terkait sedangkan apabila koefisien determinasi mendekati 1

artinya variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terkait.(Imam Ghaozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, (semarang:Badan Penerbit UNBID).