

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini dapat terarah dengan tepat dan mengatasi terjadinya penyimpangan karena ada batasan yang jelas dalam ruang lingkup penelitian yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan *relationship marketing* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang, yang terletak di JL. Prof. K.H Zainal Abidin Fikri NO.1 KM.3,5 Palembang, telp 0711-363648.

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

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

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka.<sup>41</sup> Data Kuantitatif tersebut meliputi data jawaban nasabah yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah dibagikan, guna menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan *relationship marketing* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang

---

<sup>41</sup> J Supranto, *Metode Riset: Aplikasinya dalam Pemasaran*. (Jakarta: PT Rineka Cipta. Cetakan kedua, Nopember 2012) Hlm 20.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi langsung melalui objeknya.<sup>42</sup>

Data primer dalam penelitian ini adalah data dari observasi langsung dan data dari kuesioner yang berupa hasil jawaban responden atas kuesioner yang telah diajukan kepada nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *relationship marketing* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

### D. Populasi dan Sampel Data

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang sejenis akan tetapi berbeda karena karakteristiknya.<sup>43</sup> Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang yang berjumlah 161.381 Orang (Data nasabah tahun 2019). Data diperoleh dari Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

---

<sup>42</sup> Ibid. Hlm 20-21

<sup>43</sup> J Supranto dan Nandan Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi Edisi 3* (Jakarta: Penerbit Mitra Waxana Media: 2013) Hlm 56.

Sampel ialah sebagian elemen dari suatu populasi, n = banyaknya elemen sampel.<sup>44</sup> Rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel pada populasi dengan rumus Slovin: <sup>45</sup>

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

Keterangan : n : jumlah/besarnya sampel yang diambil

N : jumlah populasi

e : tingkat kesalahan (*error*)

$$n = \frac{161.381}{1 + 161.381 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{161.381}{1 + 161.381 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{161.381}{1 + 1.613,18}$$

$$n = \frac{161.381}{1.614,81}$$

$$n = 99,938 = 100 \text{ Responden}$$

Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu siapa saja yang merasa memenuhi kreteria dapat digunakan sebagai sampel. Adapun Kreteria penarikan sampel pada penelitian ini yaitu:<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Ibid, Hlm 57

<sup>45</sup> Muhajirin Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Idea Press. Februari 2017) Hlm 123

<sup>46</sup> Fenti Hikmawati, *metodelogi penelitisn* (Depok. PT RajaGrafindo Persada. Cetakan ke-2 Juli 2018) Hlm 68

1. Nasabah aktif yang menabung pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang
2. Nasabah yang minimal dua kali pernah melakukan transaksi pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang
3. Nasabah yang berumur lebih dari 17 tahun.

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

Definisi operasional variabel adalah penjabaran dari masing-masing variabel terhadap indikator yang membentuknya. Dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas (independen) yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), *relationship marketing* ( $X_2$ ), dan variabel terikat (dependen) yaitu kepuasan nasabah (Y).

##### **1. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan atau persepsi konsumen terhadap keunggulan dari suatu pelayanan, dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.

##### **2. *Relationship Marketing* ( $X_2$ )**

*Relationship marketing* adalah suatu upaya terintegritas untuk mengidentifikasi, mempertahankan dan membangun jaringan kerja dengan konsumen yang terfokus dan terus-menerus.

##### **3. Kepuasan Nasabah (Y)**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika memenuhi harapan, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang.

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

No	Nama Variabel	Indikator	Pertanyaan	Skala Ukur
1.	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	1. Berwujud	a. Penataan dan peraturan ruang pelayanan nyaman b. Penampilan karyawan yang rapi	Likert
		2. Reliabilitas	a. Ketepatan waktu bila mengadakan perjanjian b. Sikap yang simpatik	
		3. Ketanggapan	a. Cepat dan tepat dalam memberikan informasi b. Cepat dan tepat dalam melayani nasabah	
		4. Jaminan dan Kepastian	a. Pengetahuan dan kehormatan seorang karyawan b. Kemampuan memberikan keyakinan dan kepercayaan	
		5. Empati	a. Memberikan perhatian secara individu kepada nasabah b. Memahami kebutuhan nasabah	
2.	Relationship Marketing ( $X_2$ )	1. Manfaat Finansial	a. memberi hadiah kecil kepada nasabah yang tabungannya besar b. mudah dijangkau dalam hal penarikan	Likert
		2. Manfaat Sosial	a. Melayani nasabah dengan sopan seperti teman/sahabat	

			b. Karyawan memberikan solusi / saran terhadap keluhan nasabah	
		3. Manfaat Struktural	a. Ikatan dengan nasabah dengan mengadakan bazar atau event lainnya b. Bersedia memberi informasi tentang produk-produk baru dan deskripsi tiap jenis produk	
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	1. Kepuasan Keseluruhan	a. Merasa puas selama melakukan transaksi di Bank b. Merasa puas selama menjadi nasabah	Likert
		2. Kepuasan Hasil yang didapat	a. Merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Bank b. Merasa puas terhadap <i>relationship marketing</i>	
		3. Kepuasan Perbandingan antara Harapan dan Kenyataan	a. Merekomendasikan dan mendorong orang lain untuk menggunakan jasa bank Sumsel Babel Syariah b. Pelayanan yang ditawarkan berkualitas dan tidak mengecewakan serta kualitas yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan	

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2020

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner ialah suatu daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden (objek penelitian) terdiri dari baris-baris dan kolom-kolom

untuk diisi dengan jawaban-jawaban yang ditanyakan.<sup>47</sup> Setelah data terkumpul, maka dilakukan proses editing dimana kuesioner akan di-entry untuk dianalisa dengan diberikan skor item jawaban pertanyaan kuesioner Skala Likert yaitu dengan menggunakan lima angka penilaian terdiri dari : 5 Sangat Setuju (SS), 4 Setuju (S), 3 Netral (N), 2 Tidak Setuju (TS), dan 1 Sangat Tidak Setuju (STS).

**Tabel 3.2**  
**Klasifikasi Skala Likert**

No	Klasifikasi	Skor
1.	Apabila Jawaban “Sangat Setuju”	5
2.	Apabila Jawaban “Setuju”	4
3.	Apabila Jawaban “Netral”	3
4.	Apabila Jawaban “Tidak Setuju”	2
5.	Apabila Jawaban “Sangat Tidak Setuju”	1

## G. Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (*validity construct*) yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pertanyaan maupun pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik. Bila ternyata skor semua item yang

---

<sup>47</sup> J Supranto, Op.cit, Hlm 100.

disusun berdasarkan dimensi konsep berkolerasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.<sup>48</sup>

Pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan tarif signifikansi 5% ( $n-2$ )  $n$ = jumlah sampel. Keputusan pengujian validitas konsumen dengan menggunakan tarif signifikansi 5% adalah sebagai berikut:<sup>49</sup>

- a. Item pertanyaan/pertanyaan kuesioner penelitian dikatakan valid jika  $r$  hitung lebih besar atau sama dengan  $r$  tabel.
- b. Item pertanyaan/pertanyaan kuesioner penelitian tidak valid jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dan alat ukur yang sama. Yang dimaksud reabilitas adalah menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. *Reabel* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Uji reabilitas dengan *cronbach Alfa*, maka setiap variabel memperoleh nilai alfa  $> 0.60$  artinya hasil instrumen dapat dikatakan reliabel.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> J Supranto dan Nandan Limakrisna, Op.Cit, Hlm 97

<sup>49</sup> Ibid, Hlm 98

<sup>50</sup> Syofian Siregar. *Metode penelitian kuantitatif (dilengkapi perbandingan perhitungan manual & spss) Edisi pertama* (Jakarta: Prenadamedia Grup.2013) Hlm 34



## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Normalitas Data

Uji normalitas Data dimaksudkan untuk memperhatikan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.<sup>51</sup> Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data dengan uji statistika *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Untuk menetapkan kenormalan, kriteria yang berlaku adalah sebagai berikut.<sup>52</sup>

1. Tetapkan taraf signifikan  $\alpha = 0.05$ .
2. Jika signifikan yang diperoleh  $> \alpha$ , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
3. Jika signifikan yang diperoleh  $< \alpha$ , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

#### b. Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan garis regresi yang telah dibuat, selanjutnya diuji keberartian koefisien

---

<sup>51</sup> Ibid, Hlm 152.

<sup>52</sup> Sugiono. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta. 2015)  
Hlm 102

garis regresi serta linearitasnya. Pengujian menggunakan *Test of Linearity* dengan taraf sig.  $> \alpha$  berarti regresi linear.<sup>53</sup>

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dapat dideteksi dengan menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkan dengan koefisien antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah:

1. Jika nilai VIF disekitar angka 10 atau memiliki *tolerance* mendekati 10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0.5, maka tidak terdapat masalah multikolinieritas.<sup>54</sup>

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan yang tinggi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan uji Gjejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan absolut residualnya (ABS\_RES). Jika nilai signifikan antara variabel

---

<sup>53</sup> Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013) Hlm 98

<sup>54</sup> J Supranto dan Nandan Limakrisna. Op.Cit Hlm 160

independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

e. Uji Autokorelasi

Autokorelasi terjadi apabila terdapat korelasi sesatan residual antar-observasi. Jika korelasi positif maka terjadi autokorelasi positif. Sebaliknya, jika terjadi korelasi negatif maka terjadi pula autokorelasi negatif. Pada SPSS, pemeriksaan autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson*, keputusan ada atau tidaknya korelasi adalah.<sup>55</sup>

1. Bila nilai DW berada di antara DU sampai 4-DU, koefisien autokorelasi akan sama dengan nol. Artinya, tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih kecil dari pada DU, koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nil. Artinya, tidak ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW terletak diantara DL dan DU, berarti tidak dapat disimpulkan.
4. Bila nilai DW lebih besar daripada 4-DL, koefisien autokorelasi lebih besar dari nol. Artinya, ada autokorelasi negatif.
5. Bila nilai DW terletak diantara 4-DU dan 4-DU, berarti tidak dapat disimpulkan.

---

<sup>55</sup> Getut Pramesti. *Statistika lengkap secara teori dan aplikasi dengan SPSS 23*. (Jakarta: PT Elex Media Komputino, 2016) Hlm 69-70

## 2. Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan perluasan dari regresi linear sederhana dengan menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linear berganda yaitu pengujian yang digunakan untuk menghitung pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ) terhadap variabel dependen (Y) apabila terjadi perubahan pada satu satuan dari variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ )<sup>56</sup>

Rumus yang digunakan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana: Y : Kepuasan Nasabah

a: Konstanta

$X_1$  : Kualitas Pelayanan

$X_2$  : *relationship marketing*

$b_1$  : Koefisien regresi variabel kualitas produk

$b_2$  : koefisien regresi variabel *relationship marketing*

e : standar eror

## 3. Pengujian Hipotesis

### a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t yaitu pengujian yang digunakan untuk menguji signifikan pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun prosedur pengujuannya adalah:

---

<sup>56</sup> Anuwar Sanusi, *Metodelogi penelitian Bisnis*. (Jakarta: Salemba Empat.2014) Hlm 134-135

1. *Level of significance* ( $\alpha$ ) : 0,05 dengan  $df = (n-k-1)$
  2. Kriteria penolakan dan penerimaan  $H_0$  dan  $H_a$ 
    - a. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
    - b. Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>57</sup>
- b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu pengujian koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat ( $Y$ ) dengan semua variabel bebas yang menjekaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Persamaan regresi linier berganda semakin baik apabila koefisien determinasi semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilai sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> ShortCourse *Mudah menguasai SPSS* (yogyakarta:Andi; Semarang:Wahana Komputer. 2017) Hlm 171

<sup>58</sup> Juliansyah Noor. *Metode Pemelitan (skripsi, tesis, disertai dan karya ilmiah)*. (Jakarta: prenademia Group, 2011) Hlm 138