

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan unit analisis yang diteliti adalah karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Kc. Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Customer Relationship Management* (X1), Komitmen (X2), Nilai Nasabah (X3), dan Penangan Keluhan (X4) berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Palembang, dengan menyebarkan kuesioner kepada Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang yang bertempat di Jl. Demang Lebar Daun No. 8, Kel. Lorok Pakjo Kota Palembang, Sumatera Selatan. Waktu penelitian akan dilaksanakan kurang lebih 1 bulan.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung.³⁹ Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh langsung dari pengisian kuesioner sebagai instrumen penelitian.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang menjadi sumber penelitian di lapangan.⁴⁰ Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data primer berupa hasil kuesioner yang diperoleh dari responden yaitu Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari mengutip berbagai sumber tertulis yang erat kaitannya dengan

³⁹ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, “Analisis Dan Penelitian Dengan Statistik”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)., hlm. 22.

⁴⁰ Heri Junaidi, “Metode Penelitian Berbasis TemuKenali”, (Palembang: Rafah press, 2018)., hlm. 52.

penelitian ini, seperti buku, agenda, naskah-naskah dan sebagainya.⁴¹ Dalam penelitian ini data sekunder berupa penelitian terdahulu seperti tugas akhir dan skripsi, agar dapat menunjang materi pembahasan penelitian dan juga penulis menggunakan data sekunder berupa dokumen atau arsip-arsip yang di dapat langsung dari PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.⁴²

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang sebanyak 16.800 Nasabah.⁴³

⁴¹ Ibid, Hlm. 52.

⁴² Ibid, hlm. 51.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil yang menjadi objek penelitian. Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.

Sampel dalam penelitian ini adalah Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang yang berjumlah 100 responden dari seluruh Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang untuk menentukan sampel dari populasi digunakan perhitungan acuan tabel yang dikembangkan para ahli dengan demikian, sampel dapat dinyatakan tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi.

a. Penentu ukuran sampel

Untuk mengetahui besarnya ukuran sampel didalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : Jumlah populasi

e : persentase kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel (pada kasus ini menggunakan $e = 10\%$)

$$\begin{aligned} n &= \frac{16.800}{1+16.800(0,1)^2} = \frac{16.800}{1+16.800 \times 0,01} = \frac{16.800}{169} = \frac{16.800}{169} \\ &= 99,41 = 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dari rumus slovin tersebut, dapat disimpulkan bahwa jenis sampelnya adalah 100 orang.

E. Teknik pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan penulis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada.⁴⁴ Data kuesioner

⁴⁴ Syofian Siregar, "Metode Penelitian Kuantitatif", (Jakarta: Kencana, 2013),. hlm. 21.

(angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada Nasabah yang dijadikan responden untuk di jawabnya.⁴⁵ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner pada Nasabah mengenai *Customer Relationship Management*, Komitmen, Nilai Nasabah, dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, karena dengan menggunakan skala likert memudahkan responden untuk menjawab kuesioner apakah setuju atau tidak setuju dan juga mudah digunakan dan mudah dipahami responden. Skala likert dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk skor yaitu untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti.⁴⁶

⁴⁵ Suryani dan Hendrayani, "Metode Riset Kuantitatif", (Jakarta: Kencana, 2015)., hlm. 173.

⁴⁶ Sudaryono, "Metodologi Riset di Bidang TI", (Yogyakarta: Andi, 2015)., hlm. 62.

Pernyataan tersebut dinyatakan dalam bentuk skor sebagai berikut:

Tabel 3.1

Tabel Skala Likert

No.	Simbol	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

F. Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (Independent)

Variabel independent disebut juga variabel stimulus, *predictor*, *antecedent* atau variabel bebas dengan simbol X, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain yang disebut variabel dependent Y.⁴⁷

⁴⁷ Supranto dan Nandan Limakrisna, " Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi", (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013)., hlm. 46-47.

Dalam penelitian ini, variabel independent yang digunakan adalah Customer Relationship Management(X1), Komitmen(X2), Nilai Nasabah(X3), dan Penanganan Keluhan(X4)

2. Variabel Terikat (Dependent)

Variabel dependent disebut juga variabel output, kriteria, konsekuen, tergantung/terkait, tak bebas atau variabel yang variabilitasnya dipengaruhi variabel lain.⁴⁸

Dalam penelitian ini, variabel dependent yang digunakan adalah Loyalitas Nasabah(Y).

G. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Bebas atau Independen

Variabel Bebas atau Independent dalam penelitian ini ada empat yaitu sebagai berikut:

- 1) *Customer Relationship Management* (X1) adalah alat bantu dalam berkomunikasi, pada dasar nya pelanggan ingin di perlakukan secara berbeda, karena pelayanan

⁴⁸ Ibid., hlm 46.

yang memuaskan akan membuat pelanggan menjadi loyal.

- 2) Komitmen(X2) komitmen itu bersifat rentan, sehingga *relationship* perlu dijalin dengan pihak yang dapat dipercaya. Oleh sebab itu, kepercayaan adalah kontributor yang kuat bagi komitmen.
- 3) Nilai Nasabah(X3) Nilai Nasabah dapat dijabarkan sebagai preferensi yang nasabah rasakan terhadap ciri produk, kinerja, dan sejauh mana telah memenuhi apa yang diinginkannya.
- 4) Penanganan Keluhan(X4) perilaku keluhan konsumen adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian atau pelayanan.

b. Variabel terikat atau Dependen

Variabel terikat penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang. loyalitas adalah komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten

dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Customer Relationship Management</i> (X1)	<i>Customer Relationship Management</i> adalah alat bantu dalam berkomunikasi, pada dasarnya pelanggan ingin diperlakukan secara berbeda, karena pelayanan yang memuaskan akan membuat pelanggan menjadi loyal.	<i>Trust</i> <i>Commitment</i> <i>Communication</i> <i>Conflict handling</i>	Likert
Komitmen (X2)	komitmen itu bersifat rentan, sehingga <i>relationship</i> perlu dijalin dengan pihak yang dapat dipercaya. Oleh sebab itu, kepercayaan adalah kontributor yang kuat bagi komitmen.	1. Perasaan bangga menjadi nasabah. 2. Perasaan memiliki. 3. Perhatian terhadap keberhasilan jangka panjang. 4. Nasabah mempunyai sifat setia	Likert
Nilai Nasabah (X3)	Nilai Nasabah dapat dijabarkan sebagai preferensi yang nasabah rasakan terhadap ciri produk, kinerja, dan sejauh mana telah memenuhi apa yang diinginkan.	1. Nilai Produk 2. Nilai Pelayanan 3. Nilai Citra.	Likert

Penanganan Keluhan (X4)	perilaku keluhan konsumen adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian atau pelayanan.	1.Kecepatan penanganan komplai 2.Penyelesaian masalah secara memuaskan 3.Kemudahan pengajuan komplain	Likert
Loyalitas Nasabah (Y)	loyalitas adalah komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.	1.Melakukan pembelian secara teratur 2.Membeli antarlini produk-produk jasa 3.Merekomendasikan produk kepada orang lain	Likert

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai penelitian terdahulu. 2020

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner.

Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.⁴⁹ Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r

⁴⁹Danang Sunyoto, “Teori, Kuesioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)., hlm. 132.

tabel dengan $\alpha = 5\%$ dan menentukan tabel koefisien korelasi (r) pada *degree of freedom* (df) = $n-3$. Dalam hal ini n (jumlah responden). Jika r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel maka item instrumen dinyatakan valid, demikian sebaliknya.⁵⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir kuesioner dikatakan *reliable* atau handal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Metode yang digunakan dalam Uji reliabilitas ini adalah metode *cronbach's Alpha* dengan taraf signifikan antara 0,00 – 1,00. Jika ada mendekati taraf signifikan 0,00 – 1,00, maka data dikatakan *reliable*.⁵¹

⁵⁰Maman Abdurahman. Dkk., “Dasar-dasar metode statistika untuk penelitian”, (Bandung: CV.Pustaka Setia, 2011)., hlm. 54.

⁵¹ Saifuddin Azwar, “Penyusunan Skala Psikolog”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)., hlm. 83.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data secara normal atau mendekati normal.⁵² Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis sesungguhnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada dan tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik, tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi yaitu dengan

⁵²Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19", (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 161-162.

menggunakan VIF (*Varians Inflation Factor*) dan Tolerance.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut heterokedastisitas.⁵³

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh satu atau beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat, baik parsial maupun simultan. Variabel bebas disimbolkan X dan variabel terikat disimbolkan Y.⁵⁴

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan latar belakang

⁵³Danang Sunyoto, “Metodologi Penelitian untuk Ekonomi:Alat Statistik & Analisis Output Komputer”, (Yogyakarta: CAPS, 2011)., hlm. 134.

⁵⁴Danang sunyoto, “Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen”, (Yogyakarta: APS, 2014)., hlm. 139.

penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif, dengan menggunakan model regresi linear berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas Nasabah

a = Nilai Konstanta, perpotongan garis pada sumbu X

b = Koefisien regresi variabel X

X₁ = *Customer Relationship Management*

X₂ = Komitmen

X₃ = Nilai Nasabah

X₄ = Penanganan Keluhan

e = Faktor Pengganggu (standar error)

2. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu ukuran yang dapat menjelaskan porsi variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh garis regresinya atau variabel

bebasnya. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 yaitu $0 < r^2 < 1$. Bila $r^2 = 1$ berarti 100% total variasi variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebasnya dan menunjukkan ketepatan yang baik. Dan bila $r^2 = 0$ berarti tidak ada total variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebasnya.⁵⁵

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai R Square dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai R Square berkisar antara 0 sampai 1. Pada output SPSS koefisien determinasi terletak pada tabel Model Summary dan tertulis R Square yang sudah disesuaikan atau tertulis adjust R Square, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara

⁵⁵Yanti Budiasih, “Statistika Deskriptif untuk Ekonomi & Bisnis”, (Tangerang: Jelajah Nusa, 2012)., hlm.198.

bersama-sama yaitu menggunakan F hitung.⁵⁶ Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian simultan:

a) Menentukan hipotesis statistik

$H_0 : \beta = \beta$, menunjukkan variabel Customer Relationship Management(X1), Komitmen(X2), Nilai Nasabah(X3), Penanganan Keluhan (X4) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah(Y).

$H_a : \beta \neq 0$ Menunjukkan paling sedikit satu dari Customer Relationship Management(X1), Komitmen(X2), Nilai Nasabah(X3), Penanganan Keluhan(X4) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah(Y).

b) Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar $\alpha = 0,05$

c) Menentukan F hitung dengan menggunakan SPSS pada computer.

⁵⁶Danang Sunyoto, "Teori, Kuesioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)., hlm. 137.

c. Uji T (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variabel masing-masing independen yaitu: *Customer Relationship Management*(X1) Komitmen(X2) Nilai Nasabah(X3) Penanganan Keluhan(X4) terhadap satu variabel dependen, yaitu Loyalitas Nasabah(Y), maka nilai signifikan t dibandingkan dengan derajat kepercayaannya. Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka variabel independen diterima. Demikian pula sebaliknya jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen ditolak. Bila variabel independen ditolak ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.⁵⁷

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel

⁵⁷Imam Ghazali, Op.cit., hlm.101.

dependen. Uji t dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria uji t adalah :

1. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikan < 0.05 maka hipotesis diterima. Artinya secara parsial variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ nilai signifikan > 0.05 maka hipotesis ditolak. Artinya secara parsial variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.