BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang berjudul ”Pengaruh Faktor *Satisfaction, Emotional Bonding, Trust, Choice Reduction and Habit, History With Company* Terhadap *Customer Loyalty* di Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar” ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan melihat data anggota. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dengan skala numerik. [58]

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif (hubungan) dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, untuk melihat hubungan antara pengaruh faktor *satisfaction, emotional bonding, trust, choice reduction and habit, history with company terhadap customer loyalty* di Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT Peta Cabang

[58] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2004) hlm. 8

Blitar.[59] Namun pada penelitian ini juga menggunakan metode komparatif yang bertujuan untuk mengetahui perbandingan pengaruh antara masing-masing variabel pada Kopontren Al Barkah dan pengaruh antara masing-masing variabel pada KSPPS BMT Peta Cabang Blitar.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.[60] Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota dari Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT Peta Cabang Blitar.

Sementara sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil adalah anggota dari Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT Peta Cabang Blitar yang menggunakan produk-produk simpanan dan pembiayaan pada Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT Peta Cabang Blitar.

Sampling adalah suatu teknik yang dilakukan oleh penulis dalam mengambil atau menentukan sampel penelitian. Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian dapat digunakan berbagai teknik. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling,* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan yaitu dengan *purposive*

---

[59] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis ...,* hlm. 11
[60] *Ibid...,* hlm. 25

sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.[61] Sehingga penelitian ini mengambil sampel sesuai karakteristik yang ditentukan yaitu anggota Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar.

C. Sumber Data Penelitian

Data dalam penelitian ini diperoleh dari data Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar . Sumber data yang akan diperoleh berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan. Data primer merupakan sumber data langsung dimana data diberikan kepada pengumpul melalui orang lain atau dokumen. Penelitian ini biasanya diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan pembagian angket kepada responden. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur yang terkait topik penelitian. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari studi literatur berupa tulisan laporan, pedoman, peraturan, dan sumber lain yang menunjang laporan penelitian. Data sekunder diperoleh melalui buku-buku, internet, jurnal dan skripsi yang berhubungan dengan penelitian.[62]

Untuk melakukan penelitian tentang pengaruh faktor *satisfaction, emotional bonding, trust, choice reduction and habit, history with company t*erhadap *customer loyalty* diperlukan data primer dan sekunder.

Adapun proses pengumpulan datanya yaitu sebagai berikut.

a. Penelitian kepustakaan, digunakan untuk mendapatkan data sekunder yaitu pencarian bahan-bahan dan teori-teori dengan mempelajari, meneliti,

[61] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* ..., hlm. 84

[62] Zati dan Iqbal, *Pengaruh Pengalaman Terhadap Loyalitas Konsumen Di Alfamart Langsa*..., hlm. 178

mengkaji, serta menelaah literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Penelitian lapangan, digunakan untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan mendatangi langsung ke tempat yang bersangkutan untuk melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Selain itu sumber data didapatkan pula dengan melakukan survei melalui penyebaran angket yang telah disusun sebagai pengumpulan data yang utama. Angket adalah seperangkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk mengetahui kebenaran dan tanggapan dari data yang diberikan.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.[63] Dalam penelitian ini, diidentifikasikan menjadi dua variabel, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent*)

   Variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari *satisfaction* (X_1), *emotional bonding* (X_2), *trust* (X_3), *choice reduction and habit* (X_4), *history with company* (X_5).

2. Variabel terikat *(dependent)*

[63] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* ..., hlm. 38

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.[64] Dalam penelitian ini, variabel terikatnya bersimbol Y yaitu *customer royalty.*

E. Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Referensi
1.	X_1 (*Satisfaction*)	• Kualitas produk • Harga • Kualitas pelayanan	Handi Irawan D. *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan, Cetakan pertama,* (Jakarta: Elexmedia Komputindo, 2002) hlm. 37
2.	X_2 (*Emotional Bonding*)	• Rasa nasionalisme • Kejujuran • Tanggung jawab • Citra merek	Chendy Ifca, *Faktor-Faktor yang Mempengauhi Loyalitas Pelanggan Garudamiles pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Airways di Pekanbaru,* (JOM FISIP Vol. 2 No. 1, 2015) hlm. 8
3.	X_3 (*Trust*)	• Kinerja • Sesuai standar • Pelayanan konsisten	Ferry Albizar, et al., *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada Bank,* (Jurnal Ilmiah Manajemen No. 2, Vol. 14 April 2013) hlm. 7
4.	X_4 (*Choice Reduction and Habit*)	• Efesiensi waktu • Kemampuan bertransaksi • Kemudahan operasional • Fleksibel	Gilang Rizky Amijaya, *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah,* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010) hlm. 14
5.	X_5 (*History with Company*)	• Lama waktu kerja • Tingkat pengetahuan	Bill Foster, *Pembinaan untuk Peningkatan*

[64] *Ibid...,* hlm. 39

		• Tingkat ketrampilan • Penguasaan pekerjaan	*Kinerja Karyawan*, (Jakarta: PPM)
6.	Y (*Customer Loyalty*)	• pembelian berulang • retensi • rekomendasi • komitmen	Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (USA: Pearson Education, 2006) hlm. 57

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, meyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.[65]

Adapun tahap-tahap yang harus dilalui dalam analisis data yaitu:

a. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

1) Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevaliditasan dan kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini validitas yang digunakan adalah validitas internal, yang dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian

[65] *Ibid...*, hlm. 147

instrumen secara keseluruhan. Dalam pengujian validitas instrumen pada penilitian ini digunakan analisis butir dengan mengkolerasikan skor butir dengan skor total.

2) Uji Realibilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen dapat memberi hasil. Suatu hasil pengukur dikatakan reliabel jika dapat dipercaya, maka hasil pengukuran harus konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh tidaklah berbeda.[66] Pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *croanboach alpha* (>0,60).

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik (*classical assumptions*) adalah uji statistik untuk mengukur sejauh mana sebuah model regresi dapat disebut sebagai model yang baik. Model regresi disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi-asumsi klasik yaitu normalitas, multikolonieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik

[66] H. Mustakini Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 2010) hlm. 120

parameterik. Pengujian normalitas data pada penelitian menggunakan uji *one sample kolmogorov-smirnov*. Uji ini bertujuan untuk mengetahui kenormalan data apakah data memiliki sebaran normal pada suatu variabel. Data kecil maupun besar tetap dapat diuji dengan menggunakan test ini. Data yang termasuk sampel besar lebih dari 30 dimana n>30 sudah termasuk berdistribusi normal, namun tetap saja harus dilakukan uji normalitas. Data yang dapat mewakili suatu populasi maka memiliki distibusi normal. Apabila data memiliki nilai sig dibawah 0,05 (sig<0,05) artinya data tersebut tidak merupakan distribusi normal, sedangkan apabila data dengan nilai sig diatas 0,05 (sig>0,05) maka data memiliki normalitas.

2) Uji Multikolinieritas

Uji ini merupakan suatu uji untuk mendapatkan hasil terkait hubungan antar variabel independen. Apabila ingin mengetahui multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai *VIF* (*variance inflation factor)* dan toleransi dan sebaliknya. Apabila nilai *VIF* tinggi maka toleransinya rendah. Contohnya untuk nilai *VIF* sebesar 10 maka nilai toleransinya yang digunakan sebesar 0,10.[67]

3) Uji Heteroskedatisitas

Suatu data yang sesuai merupakan data yang apabila diuji dengan heteroskedatisitas memiliki varian yang tidak sama antara satu dengan lainnya. Untuk mengetahui apakah sama atau berbeda,

[67] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS.23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro) hlm. 103

maka dilakukan uji *Rank Spearman* dimana variabel bebas dikorelasikan dengan *absolute residual* hasil regresi. jika dibawah 5% termasuk heteroskedatistas.

4) Uji Autokorelasi

Uji ini terjadi ketika adanya residual bebas dalam penelitian. Untuk melihat uji ini dengan melalui *run test*, ditujukan untuk mendapatkan hasil terkait ada tidaknya korelasi antar residual. Model regresi dikatakan baik apabila bebas autokorelasi.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan penelitian untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antara keduanya. Dalam praktik bisnis, regresi jauh lebih banyak digunakan dalam penelitian yang memiliki banyak variabel. Analisis regresi linier berganda lebih relavan digunakan dalam penelitian. Analisis dengan regresi linier berganda, umumnya jumlah variabel independen berkisar dua sampai lima variabel. Metode analisis ini menggunakan program *SPSS* (*Statistic Product and Service Solution*).

Analisis ini berkaitan dengan bagaimana mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu *Satisfaction* (X_1), *Emotional Bonding* (X_2), *Trust* (X_3), *Choice Reduction and Habit* (X_4), *History With Company* (X_5) terhadap variabel terikat yaitu *Loyality Customer* (Y) dengan ditunjukan rumus sebagai berikut.

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+b_4X_4+b_5X_5+e$$

Y : *customer loyalty*

a : konstanta

$b_1 – b_n$: bilangan koefisien regresi sebagai titik potong

X : variabel bebas

X_1 : *satisfaction*

X_2 : *emotional bonding*

X_3 : *trust*

X_4 : *choice reduction and habit*

X_5 : *history with company*

e : eror atau variabel pengganggu

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesisnya berdasarkan nilai signifikansinya.

1) Jika *p-value* > α maka Ha ditolak, yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
2) Jika *p-value* < α maka Ha dapat $_{\text{diterima}}$, yaitu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.[68]

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah prosedur yang digunakan peneliti dalam menghasilkan keputusan yang berupa menerima atau menolak hipotesis.[69]

1) Uji t (Uji Signifikan Parsial)

---

[68] H.R Partino dan H.M Idrus, *Statistik Inferensial* (Yogyakarta: SafiriaInsonia Press, 2010) hlm. 50

[69] Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009) hlm. 119

Untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka dengan uji t. Uji t dapat dibuktikan dengan menggunakan derajat kebebasan (df) dengan 95% tingkat kepercayaan dan alpha sebesar 0,05.

2) Uji F (Uji Signifikan)

Uji dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y secara bersama. Untuk melihat hasilnya, berasal dari besarnya Fhitung yang dihasilkan. F hitung akan diterima jika dibawah F tabel dan sebaliknya. Rumusan hipotesis statistiknya:

Ho: P = 0 (tidak ada pengaruh antara variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Y)

Ha : P $\neq$ 0 (ada pengaruh antara variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Y)

Menurut kriteria *P value*:

a) Jika P > 5%, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (Ho) atau Ha ditolak.

b) Jika P < 5%, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (Ho) atau Ha diterima.

e. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupaka alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel dependen amat

terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependennya.[70]

[70] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS.23* ..., hlm. 121