

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Ditinjau dari pendekatan yang digunakan, penelitian dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Penelitian yang digunakan oleh penulis ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian empiris yang berhubungan dengan data numerik dan bersifat obyektif. Fakta atau fenomena yang diamati memiliki realitas obyektif yang bisa diukur. Penelitian kuantitatif lebih berdasar pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh.⁵¹ Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian dengan metode ini digunakan untuk meneliti seberapa besar pengaruh variable bebas (independent) terhadap variable terikat (dependen).⁵² Peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh data yang signifikan dari data antar variabel yang sedang diteliti yaitu Pengaruh *Relationship Marketing, Service*

⁵¹Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 2*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 38

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2006) hal. 8

Performance dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat pada BRI Syariah Tulungagung dengan sumber data yang diperoleh dengan menyebar angket atau kuesioner.

2. Jenis Penelitian

Sesuai permasalahan yang diangkat pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian asosiatif. Asosiatif merupakan suatu metode yang menunjukkan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang bisa berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.⁵³ Penelitian ini mendapat teori baru mengenai hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat, yang mana penelitian ini variabel bebas mencakup *relationship marketing*, *service performance*, dan kepuasan nasabah. Sedangkan dalam variabel terikat mencakup loyalitas nasabah kredit usaha rakyat pada BRI Syariah Tulungagung.

B. Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu penelitian. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk dengan apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian akan ditarik sebuah kesimpulan.⁵⁴

Variabel pada penelitian ini antara lain:

⁵³ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2015) hal. 50

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*, (Bandung: CV. ALFABETA, 2006), hlm 11

1. Variabel bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

⁵⁵ Variabel bebas pada penelitian ini adalah *Relationship Marketing* (X_1), *Service Performance* (X_2), dan Kepuasan Nasabah (X_3).

2. Variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁵⁶ Variabel terikat pada penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Y).

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian nantinya akan ditarik kesimpulannya.⁵⁷ Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh

⁵⁵*Ibid*, hal. 61

⁵⁶*Ibid*, hal. 65

⁵⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*, (Bandung: CV. ALFABETA, 2006), hlm 72

karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.⁵⁸ Apabila populasi itu terlalu banyak jumlahnya, maka biasanya akan diadakan sampling. Untuk menentukan apakah sampel itu dapat mewakili populasi, dipergunakan perhitungan statistic agar dapat memberi petunjuk mengenai penyimpangan sampel dari populasi dan sekaligus dapat memberi kepastian mengenai tingkat kepercayaan yang selanjutnya dipergunakan untuk menilai data yang didapat dari sampel.⁵⁹

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang berjumlah sekitar 377 anggota yang terdiri dari nasabah kredit usaha rakyat pada BRI Syariah Tulungagung.

2. Sampling

Teknik sampling adalah Teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai Teknik sampling yang digunakan.⁶⁰ Teknik pengambilan sampling yang dipakai dalam penelitian ini merupakan teknik sampling aksidental. teknik sampling aksidental merupakan teknik yang diambil dengan cara spontanitas, artinya siapapun yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik ataupun ciri-cirinya, maka orang tersebut dapat atau bisa digunakan menjadi sampel atau responden.⁶¹

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. hal. 80

⁵⁹ Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Analisa isi dan Analisis Data Sekunder*, Ed. Revisi 2, Cet. 4, (jakarta: Rajawali Pres, 2014), hal. 76

⁶⁰ Husein Umar, *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2014), hal. 118

⁶¹ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru- Karyawan dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2012). hal. 57.

3. Sampel

Sampel yang berarti contoh, yaitu sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian. Tujuan penentuan sebuah sampel ialah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati sebagian dari populasi. Tujuan lain dari penentuan sampel adalah untuk menggunakan dengan tepat sifat-sifat umum dari populasi untuk menarik generalisasi dari hasil penyelidikan. Selanjutnya penentuan sampel bertujuan untuk penaksiran peramalan dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁶² Peneliti melakukan pengumpulan data melalui kuesioner yang mana respondennya adalah nasabah KUR BRI Syariah Tulungagung dan pengambilan sampelnya menggunakan sampel random. Dalam penentuan besarnya sampel peneliti ini menggunakan rumus *Slovin* guna menentukan berapa minimal sampel yang diperlukan apabila sudah diketahui nukuran populasinya.

Beriku untuk mencari berapa besaran sampel menggunakan rumus *Slovin*:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*....., hal. 73

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat kesalahan

Adapun populasi pada penelitian ini adalah 377 anggota. Dengan tingkat kesalahan 10% dan diambil sampel sebagaimana rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{377}{1 + 377 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{377}{1 + 377 (0,01)}$$

$$n = \frac{377}{1 + 3,77}$$

$$n = \frac{377}{4,77}$$

$$n = 79,03 = 79$$

Berdasarkan rumus *Slovin* tersebut dengan tingkat kesalahan 10% maka dapat diperoleh jumlah sampel sebanyak 79 sampel.

D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data merupakan hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta maupun angka. Pendapat lain menyatakan bahwa data merupakan keterangan mengenai variabel pada sejumlah obyek. Data menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu.⁶³ Menurut sumbernya data dapat dibagi menjadi dua yaitu data *interen* dan data *ekstern*. Data juga dapat dikelompokkan menurut cara

⁶³Purwanto, *Statistik Untuk Penelitian*, (yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 41

pengumpulannya. Menurut cara pengumpulannya, data dapat dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.⁶⁴

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan sendiri secara langsung. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dengan menyebar daftar pertanyaan atau kuesioner kepada nasabah BRI Syariah Tulungagung, khususnya pada nasabah kredit usaha rakyat.
- b. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh oranglain atau lembaga lain. Adapun data sekunder yang diperoleh dari dokumen pendukung yang berasal dari BRI Syariah Tulungagung berkenaan dengan tema penelitian serta sumber pendukung lainnya berupa laporan penelitian yang masih relevan dengan tema yang dibahas pada penelitian ini.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala bentuk sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh suatu informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

- a. Variabel independen (variabel bebas)

Variabel independen atau juga yang disebut dengan variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab adanya perubahan variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen

⁶⁴*Ibid.*, hlm. 45

dalam penelitian ini yaitu *relationship marketing* (X_1), *service performance* (X_2), kepuasan nasabah (X_3).

b. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel dependen atau yang disebut juga dengan variabel terikat merupakan variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau sesuatu yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas, atau variabel. ⁶⁵Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Loyalitas nasabah kredit usaha rakyat pada BRI Syariah Tulungagung.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang dipakai sebagai suatu dasar dalam menentukan panjang pendeknya interval yang terdapat pada alat ukur, sehingga jika alat ukur tersebut digunakan maka dalam pengukurannya akan dihasilkan data kuantitatif. Skala ukur yang dipakai dalam penelitian ini yaitu Skala *Likert*. Skala *Likert* adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tertentu akan fenomena sosial yang sudah ditentukan secara spesifik oleh peneliti (variabel penelitian). Dengan menggunakan Skala *Likert* maka variabel yang hendak diukur akan dikelompokkan menjadi indikator variabel yang mana indikator tersebut akan digunakan sebagai tolok ukur dalam menyusun instrumen berupa pertanyaan dan pernyataan.⁶⁶

Penelitian menggunakan skala pengukuran interval yang diukur berdasarkan atas skala *Likert* untuk mengetahui hasil dari jawaban responden. Untuk analisis

⁶⁵Sugiyono, *Metodelogi Penelitian ...*, hlm. 38-39

⁶⁶*Ibid.*, hlm. 93

kuantitatif, maka jawaban atas skor diberi skor 1 sampai dengan 5, dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pemeringkat skala *Likert*

No	Jawaban	Notasi	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2006)

Jawaban instrumen yang sudah terkumpul kemudian akan dilakukan tabulasi dan analisis validasi dan reliabilitas, dan selanjutnya dilakukan analisis deskriptif dari hasil sebaran jawaban responden yang telah terkumpul.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.⁶⁷ Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan sebuah pengamatan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu:

a. Observasi

Observasi merupakan cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan sebuah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala maupun fenomena yang ada dalam objek

⁶⁷ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal, 57

penelitian. Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembaran pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya.⁶⁸

b. Metode Angket (Kuesioner)

Teknik angket atau kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan maupun pernyataan yang bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup apabila alternative jawaban telah disediakan. Instrumen yang berupa lembar daftar pertanyaan tadi dapat berupa angket (kuesioner), *checklist*, ataupun skala.⁶⁹ Kuesioner dapat diberikan secara pribadi maupun dikirim secara elektronik dengan menggunakan *e-mail*.⁷⁰

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode yang bertujuan untuk mencari data mengenai hal-hal maupun variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya.⁷¹ Metode ini digunakan peneliti untuk profil, struktur dan latar belakang BRI Syariah Tulungagung.

⁶⁸Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hlm. 51

⁶⁹*Ibid.*, hlm. 49

⁷⁰Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 89

⁷¹Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 199

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti, disinilah alat yang digunakan adalah angket. Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat dijawab dibawah pengawasan peneliti. Angket digunakan untuk mendapatkan keterangan dari sampel atau sumber yang beraneka ragam yang lokasinya tersebar di daerah yang luas, nasional maupun internasional. Peneliti rasanya tidak mungkin untuk bertemu secara bertatap muka dengan semua responden dikarenakan alasan biaya dan waktu.⁷²

Titik tolak dari penyusunan instrumen penelitian adalah variabel-variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberi definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukanlah sebuah indikator yang akan diukur. Dari indikator itu kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan maupun pernyataan.

Tabel 3.2

Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Referensi
1	<i>Relationship Marketing</i>	1. Bonding 2. Empathy 3. <i>Trust</i> 4. <i>Reciprocity</i>	Arini Noor Hidayati, Skripsi: “Pengaruh <i>Relationship marketing, Service Performance, Dan Dimensi Produk Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai</i>

⁷²Ahmad Tanzeh, *Metodelogi Penelitian Praktis...*, hlm. 83

			Variabel Intervening” (Salatiga, IAIN Salatiga, 2020), hlm. 31.
2	<i>Service Performance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reliability 2. Responsiveness 3. Assurance 4. Empathy 5. Tangible 	Arini Noor Hidayati, Skripsi: “Pengaruh <i>Relationship marketing, Service Performance</i> , Dan Dimensi Produk Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening” (Salatiga, IAIN Salatiga, 2020), hlm. 33.
3	Kepuasan Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran <i>relationship marketing</i> 2. <i>Customer superior service</i> 3. <i>Unconditional guarantees</i> 4. Penanganan keluhan yang efisien 5. Peningkatan kinerja 	Fetria Eka Yudiana, Joko Setyono.” <i>Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah</i> ”. Jurnal Penelitian Keagamaan. Vol. 10, No. 1, Juni 2016, hal. 101
4	Loyalitas Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presepsi 2. Kepercayaan 3. Relasional 	Yulia Larasati Putri, <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening</i> , Among Makarti Vol.10 No.19, Juli 2017, hlm. 77.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan usai data dari responden atau dari sumber data lain sudah terkumpul. Analisis data merupakan suatu cara bagaimana mengolah data-data yang telah terkumpul agar bisa menjawab rumusan masalah suatu penelitian hingga tujuan dari penelitian tersebut tercapai. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis data dari hasil jawaban kuesioner atau angket dan hasil dari interview ke semua nasabah di BRI Syariah Tulungagung.

1. Uji Statistik

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis yang dilakukan untuk mengukur poin-poin kuesioner apakah valid atau tidak dengan menggunakan metode *product moment pearson correlation*. Jawaban dari angket yang telah disebar ke nasabah yang telah terkumpul kemudian diuji validitas datanya, jika data tersebut valid maka dilanjutkan ke uji selanjutnya. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan *product moment pearson correlation* yang mana apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka data tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan guna mengetahui konsistensi data yang diambil, apakah sudah konsisten atau belum. Jika data telah konsisten, maka bisa dilanjut ke uji berikutnya. Uji reliabilitas sangat diperlukan guna memperoleh data yang sesuai dengan tujuan

pengukuran. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *alpha cronbach's* yang mana apabila nilai *alpha cronbach's* > 0,6 maka angket tersebut realibel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas itu sendiri yaitu untuk melihat normal atau tidaknya distribusi data. Apabila data yang digunakan memiliki distribusi yang normal, maka hal ini bisa menggunakan uji statistik jenis parametric, sedangkan data yang berdistribusi tidak normal menggunakan uji nonparametric.

b. Uji Multikolineritas

Tujuan dari uji multikolineritas itu sendiri yaitu untuk melihat apakah ditemukan hubungan dari variabel independen dari suatu model regresi. Keberadaan multikolineritas dalam analisis regresi dapat dideteksi dengan menggunakan pendekatan L.R Klein, yaitu dengan membuat perbandingan antara nilai determinasi individual (r^2) dan nilai determinasi sekaligus (R^2)⁷³, yakni:

1). Apabila $r^2 > R^2 =$ Terjadi Multikolineritas

2). Apabila $r^2 < R^2 =$ Tidak Terjadi Multikolineritas

⁷³ Duwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*, (Jakarta: ANDI, 2009), hlm. 152-156

c. Uji Heteroskedastitas

Tujuan dilakukannya uji heteroskedastitas yaitu untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan terkait dengan varian residual pada pengamatan.

3. Analisis Regresi

Regresi linier memiliki arti yaitu alat ukur yang dipakai untuk memproyeksikan permintaan di masa mendatang dengan memakai data terdahulu guna melihat bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji statistik yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat, dalam penelitian ini yaitu loyalitas nasabah

α = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = koefisien regresi, dalam penelitian ini yaitu:

X_1 : *Relationship Marketing*

X_2 : *Service Performance*

X_3 : Kepuasan Nasabah

e = *error*

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Tujuan dari Uji T itu sendiri yaitu untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas. Hipotesis yang dipakai pada uji ini yaitu:

- 1). $p > 0,05 = H_0$ ditolak dan H_1 diterima, yang artinya antara variabel X dan Y tidak terdapat pengaruh secara signifikan.
- 2). $p < 0,05 = H_0$ diterima dan H_1 ditolak, yang artinya antara variabel X dan Y terdapat pengaruh secara signifikan

b. Uji F

Tujuan dari Uji F itu sendiri yaitu untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh beberapa variabel independen yang diuji bersama dengan variabel dependen. Hipotesis yang dipakai pada uji ini yaitu:

- 1). Apabila nilai probabilitas $< 0,05 = H_0$ ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.
- 2). Apabila nilai probabilitas $> 0,05 = H_0$ diterima dan H_1 ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari Uji Koefisien Determinasi itu sendiri yaitu untuk menghitung seberapa besar pengaruh variabel independen, (*Relationship Marketing*, *Service Performance* dan Kepuasan Nasabah) terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Besaran nilai determinasi yaitu antara 0-1, dimana jika nilai determinasi mendekati 1 maka variabel X sangat mempengaruhi variabel Y.