

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan melalui pendekatan survei. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:8). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan independen.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:117). Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di BMT BIF Yogyakarta. BMT tersebut memiliki 11 kantor cabang yang tersebar di provinsi DIY. Namun peneliti hanya meneliti satu cabang saja yaitu cabang Berbah, karena dari 11 cabang tersebut cabang yang pertama berdiri yaitu cabang Berbah pada tahun 2003 serta membantu memfokuskan peneliti dalam meneliti loyalitas dan kepuasan nasabah. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah simpanan dan nasabah pembiayaan yang berjumlah 7.074 nasabah.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang ada pada populasi (Sugiyono, 2015:81). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling yang artinya penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dapat mewakili dari seluruh populasi. Kriteria yang digunakan yaitu dengan jangka waktu lebih dari satu tahun menjadi nasabah. Kriteria tersebut untuk mengetahui hasil dari loyalitas dan kepuasan nasabah. Semua anggota dari populasi tidak akan diteliti semua karena mengingat keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga yang ada pada peneliti.

Untuk menentukan berapa sampel yang dibutuhkan, maka digunakan rumus Slovin (Ety, 2009:36) yaitu sebagai berikut :

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

Di mana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi. Konstanta (0.1 atau 10%).

$$n = \frac{7.074}{1 + (7.074 \times 0,1^2)}$$

$$n = 98,606077$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka penentuan sampel dengan rumus slovin diperoleh sampel minimal 98 orang, dengan demikian dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 98 orang nasabah.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang akan diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang berisi pertanyaan/ pernyataan tertulis diberikan kepada responden untuk memperoleh jawaban (Sugiyono, 2015:142). pada penelitian ini isi kuesioner menyangkut dalam variabel yang akan di teliti yaitu kualitas pelayanan, promosi, loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung diberikan kepada peneliti (Sugiyono, 2015:137). Data tersebut bisa diperoleh dari buku, jurnal, internet, dokumen perusahaan maupun literatur yang lainnya. Untuk dokumen perusahaan peneliti mengambil data keseluruhan nasabah BMT BIF Yogyakarta cabang Berbah tahun 2017.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner dan diolah menggunakan SPSS 16,0. Kuesioner merupakan teknik

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dipilih karena termasuk dalam mekanisme data yang efisien dan tepat untuk mengukur variabel penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner cocok apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dapat dikirim melalui pos atau internet. (Sugiyono, 2015:142)

Peneliti menggunakan kuesioner tertutup yang akan diberikan secara langsung kepada nasabah BMT BIF Yogyakarta. Pernyataan dalam kuesioner ini diambil dari beberapa skripsi yaitu dari skripsi Anis S.S (2014), Devi A (2013), Ernawati (2017) dan Toyib N.F (2017), kuesioner dalam penelitian ini berisi daftar pernyataan yang mewakili permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini. Pertanyaan pada kuesioner menghasilkan masing-masing jawaban yang akan diberikan skor. Daftar pertanyaan yang digunakan yaitu skala likert yang diukur dengan 4 (empat) tipe skor penilaian yaitu : SS (Sangat Setuju) dengan skor 4 (empat), S (Setuju) dengan skor 3 (tiga), TS (Tidak Setuju) dengan skor 2 (dua), STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1 (satu).

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kaihatu (2008) dalam Kartika (2011) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas, dan kinerja yang dibeli oleh pelanggan, oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.	Indikator kualitas pelayanan menurut Zaeithaml et.al (1996) dalam Wirdayani (2017) yaitu sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> 1. Tangibles (Keberwujudan) <ul style="list-style-type: none"> • Penampilan seorang karyawan yang rapi dan bersih. • Penataan dan kebersihan kantor. 2. Reliability (Keandalan) <ul style="list-style-type: none"> • Tepat dalam membuka dan menutup kantor sesuai jadwal. 3. Responsiveness (Ketanggapan) <ul style="list-style-type: none"> • Tanggap dan sabar mendengarkan keluhan nasabah. 4. Assurance (Jaminan) <ul style="list-style-type: none"> • Keamanan dalam bertransaksi.

			5. Emphaty (Empati)
			<ul style="list-style-type: none"> Berkomunikasi dengan baik dengan nasabah.
2.	Promosi (X2)	Adista dan Endang (2014) mengungkapkan bahwa promosi merupakan segala usaha yang dilakukan penjual untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen dan membujuk mereka untuk membeli.	Menurut M. Nur (2012) indikator promosi yaitu : <ol style="list-style-type: none"> Periklanan <ul style="list-style-type: none"> Brosur yang menarik. Ketepatan produk. Publisitas <ul style="list-style-type: none"> Melakukan kegiatan dengan masyarakat. Promosi penjualan <ul style="list-style-type: none"> Pemberian diskon/ promo ke nasabah. Penjualan Pribadi <ul style="list-style-type: none"> Komunikasi langsung dengan nasabah.
3.	Loyalitas Nasabah (Y1)	Menurut Sheth dan Mittal (2004) dalam Tjiptono (2011) mendefinisikan loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah	Pelanggan yang loyal menurut Griffin (2005) ialah : <ol style="list-style-type: none"> Melakukan pembelian berulang secara teratur. Membeli antar lain

terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif terjamin dalam pembelian ulang yang konsisten.	produk dan jasa. 3. Merferensikan kepada orang lain. 4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing.
---	--

4. Kepuasan Menurut kotler dan keller Nasabah (2012) dalam Toyib (2006) :
(Y2) (2017) definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.
- Menurut Hery dan Djaslim (2006) :
1. Puas dengan produk / jasa.
 2. Puas dengan cara menjualnya.
 3. Puas dengan harganya.

Pada variabel ini terdapat 2 variabel independen X dan 2 variabel dependen Y . Variabel independen terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan

promosi (X2), sedangkan variabel dependen terdiri dari loyalitas nasabah (Y1) dan kepuasan nasabah (Y2).

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan alat ukur yang digunakan pada suatu objek penelitian. Untuk mengetahui valid dan tidaknya data yang digunakan yaitu dengan melihat r_{hitung} dari hasil output kemudian dibandingkan dengan nilai pada r_{tabel} . Apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka data dikatakan valid dan sebaliknya. Kemudian untuk menghitung dengan menggunakan taraf signifikan, yaitu apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dikatakan valid dan dikatakan tidak valid apabila nilainya melebihi 0,05 (Modul Komputer Statistik. EPI-FAI-UMY:17).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten responden dalam menjawab kuesioner. Untuk mengetahui reliabel dan tidaknya yaitu dengan melihat nilai koefisien *alpha cronbach*. Instrumen data dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6. Sedangkan apabila nilai koefisien *alpha cronbach* lebih kecil dari 0,6 maka instrumen data dikatakan tidak reliabel (Sekaran, 2011:40) dalam (Siska.N, 2017).

G. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi yang harus terpenuhi dalam analisis regresi meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Gujarati. 2004). Pengujian ini dilakukan untuk melihat keterkaitan atau keeratan antara variabel X (independen) dengan variabel Y (dependen).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah pada model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Apabila distribusinya tidak normal maka artinya uji statistik menjadi tidak valid (Modul Komputer Statistik. EPI-FAI-UMY:49). Residual dikatakan menyebar normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 dan dikatakan residual menyebar tidak normal apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (Basuki dan Yuliadi, 2015:114).

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolonieritas yaitu digunakan untuk melihat apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi tiap antar variabel independen (Modul Komputer Statistik. EPI-FAI-UMY:43). Metode pengambilan keputusan yaitu jika semakin kecil nilai tolerance dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Jika lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Duwi Priyatno, 2010:67).

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi. Dapat dikatakan baik ketika model regresi yang memiliki varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain yang sifatnya tetap (Modul Komputer Statistik. EPI-FAI-UMY:47). Metode pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas dengan spearman's rho yaitu jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, tetapi jika signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas (Duwi Priyatno, 2010:71).

H. Uji Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen dan dua variabel dependen, maka dari itu untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Basuki dan Yuliadi (2015:97) mengatakan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuat analisis pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun untuk rumus persamaan model regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y1 = Loyalitas nasabah BMT BIF Yogyakarta

Y2 = Kepuasan nasabah BMT BIF Yogyakarta

X1 = Kualitas pelayanan

X2 = Promosi

= Nilai konstan

1, 2, 3 = Koefisien regresi variabel independen/koefisien parameter regresi

e = Koefisien pengganggu (*error*)

Analisis persamaan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan SPSS.16.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistika t)

Uji t yaitu uji dimana untuk menguji hipotesis pengaruh variabel independen secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Untuk kriteria pengujiannya adalah : Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.