

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2009). Penelitian ini merupakan penelitian yang akan melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih yang bersifat sebab dan akibat (*kasual*), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen namun hubungan ini di pengaruhi oleh variabel mediasi. Sebagai variabel independen (*sebab*) yaitu *Experiential Marketing (sense,feel,think,act,dan relate)*. Sebagai variabel dependen (*akibat*) yaitu *loyalitas* nasabah dan sebagai variabel mediasi adalah kepuasan nasabah.

#### **B. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi penelitian ini adalah nasabah bank BNI Syariah cabang kota Yogyakarta. Menurut Sugiono (2011) populasi adalah kawasan atau wilayah yang ingin diteliti. Sampel penelitian menurut (Sugiono, 2005) sample merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang memiliki populasi. Karena jumlah populasi pada penelitian ini tidak tidak ketahui

secara pasti maka untuk menentukan jumlah sample menggunakan rumus iterasi ( Somas dan Sambas, 2006).

### C. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Pengumpulan data dengan cara memberikan kuesioner yang berisi pertanyaan pertanyaan terstruktur kepada para responden. Skala yang dipakai pada kuesioner adalah skala Likert dengan lima (5) tingkat jawaban, dimulai dari jawaban sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5).

**Table 3.1 interval skala**

jawaban	nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

penelitian ini diperoleh dari data primer yang berasal dari kuesioner yang diisi langsung oleh responden, dan data sekunder yang berasal buku, jurnal, internet, dan sumber-sumber lain yang mendukung penelitian ini.

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

Menurut Sugiyono (2016:39) Variabel Dependen/Variabel Terikat adalah Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen atau variable terikat dari penelitian ini adalah loyalitas nasabah bank syariah.

Menurut Sugiyono (2016:39), Variabel Independen/Variabel bebas adalah Variabel bebas(X) variable ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variable independen pada penelitian ini adalah Strategi Experiential Marketing adapun unsur dari Experiential Marketing adalah sense, feel, think, act dan relate.

Menurut Tuckman (dalam Sugiyono, 2007) variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang

tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela / antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel dependen dan independen. Variable intervening/ mediasi pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

#### **F. Uji validitas dan reliabilitas**

Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut penjelasan untuk menguji kualitas instrument dan uji asumsi klasik yaitu:

##### **1. Uji validitas**

Uji validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2004). Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan alat ukur untuk mencapai tujuan pengukuran guna menghasilkan alat ukur yang dapat dipercaya. Adapun dalam pengujian validitas digunakan analisis faktor. Pada analisis validitas ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan cut point sebesar 0,4 dimana jika faktor *loading*/ KMO item pertanyaan lebih besar dari 0,4 maka item tersebut dikatakan *valid* menurut Hair, *et al.*, (1998). Dalam Ghazali (2011).

##### **2. Uji reliabilitas**

Menurut Ghozali (2009) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan

## **G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis**

### **a) Analisis deskriptif**

Analisis deskriptif yang memberikan informasi atau penjelasan mengenai nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata, nilai tengah dan standar deviasi dari sampel penelitian. Analisis ini bersifat uraian penjelasan dengan cara membuat table-tabel, mengelompokan dan menganalisis data-data berdasarkan yang diperoleh.

### **b) Analisis Inferensial**

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah metode SEM (*structural Equation Model*). Ghozali (2008), SEM merupakan sebuah model persamaan berganda yang dikembangkan dari prinsip ekonometri dan digabungkan bersama prinsip pengaturan dari psikologi dan sosiologi. SEM merupakan teknik atau alat untuk analisis data yang terdiri dari tahap model pengukuran. (*meassurment model*) melalui *confirmatory Factor Analysis* dan tahap persamaan structural model.

Kelebihan SEM adalah dapat menganalisis multivariate secara bersamaan, dan multivariate memiliki tujuan penggunaan adalah agar dapat memperjelaskan dalam kemampuan penelitian dan efisiensi statistik.

Menurut Hair, et. Al (1988) dalam Ghazali (2011) Teknik menggunakan SEM memiliki 7 langkah yang harus dilakukan :

### **1. Pengembangan model secara teoritis.**

Langkah pertama yang harus diambil dalam menggunakan SEM adalah pengembangan model yang mempunyai teoritis yang kuat. Hubungan kausalitas yang kuat antara dua variabel yang diasumsikan oleh peneliti bukan terletak pada metode analisis, tetapi terletak pada justifikasi secara teoritis mendukung analisis.

### **2. Menyusun diagram jalur (path diagram )**

Langkah yang kedua adalah menggunakan Path diagram digunakan untuk mempermudah peneliti dalam melihat-melihat hubungan-hubungan kausalitas yang diuji. Biasanya peneliti menggunakan konsep-konsep yang memiliki pijakan teoritis yang dapat menjelaskan berbagai bentuk hubungan. Konstruk - konstruk yang ada di diagram alir dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu konstruk eksogen (*source variables*) dan konstruk endogen (*independent Variables*). Konstruk endogen merupakan faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa, tetapi konstruk eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen

### **3. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan structural**

Setelah teori /mode teoritis dikembangkan dalam sebuah diagram alur, peneliti dapat mulai mengkonversi diagram alur menjadi persamaan structural. Persamaan yang dibangun terdiri dari :

- a. Persamaan-persamaan structural yang dibangun atas pedoman
- b. Persamaan spesifikasi model pengukuran merupakan menentukan variabel mana mengukur konstruk, serta menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan.

### **4. Memilih matrik input untuk analisis data**

SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian/ kovarian atau matrik korelasi sebagai data input dalam estimasi yang dilakukannya. Hair *et al* ( 1996) dalam Ghazali (2011) mengemukakan sampel yang baik untuk menggunakan SEM adalah antara 100-200. Jadi minimum menggunakan SEM adalah 100 responden.

### **5. Menilai identifikasi model**

Problem identifikasi merupakan ketidakmampuan proposed model untuk menghasilkan estimasi yang unik. Bila setiap estimasi muncul problem identifikasi, maka sebaiknya model dipertimbangkan lagi dengan lebih mengembangkan banyak konstruk. Untuk mengatasinya adalah dengan lebih banyak menetapkan konstrain dalam model.

### **6. Mengevaluasi kriteria *goodness-of-fit***

Kesesuaian model dapat dievaluasi melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness-of-fit*. Langkah yang pertama yang dilakukan adalah

mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi- asumsi SEM seperti ukuran sampel, *normalitas*, *linearitas*, *outliers* dan *multicolinearity* dan *singularity*. Kemudian peneliti melakukan uji keseusaian dan uji statistik.

**Table 3.2 Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit Index*)**

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut-off Value</i>
Significance Probability	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2.00$
TLI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$

## 7. Interpretasi terhadap model

Setelah model diterima maka dapat mempertimbangkan untuk melakukan modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis dan *goodness-of-fit*. Pengukuran model dapat dilakukan dengan modifikasi indices. Nilainya sama dengan terjadinya penurunan nilai chi squares jika koefisien diestimasi.