

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Jadi sifat data yang digunakan berupa data kuantitatif (berupa angka-angka). Sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian, yaitu berupa kuesioner yang diberikan secara langsung kepada para nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati untuk memperoleh informasi tentang loyalitas nasabah. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui dokumentasi seperti buku-buku literatur dan sumber lainnya.

3.2. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian, populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian.¹ Sedangkan sampel

¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011, hlm. 147

adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.²

Dalam penelitian ini populasi targetnya adalah seluruh nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati yang berjumlah 3.500 nasabah. Sementara kerangka sampel dalam penelitian ini adalah daftar nama nasabah yang tercatat pada kantor Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati. Di mana jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *solvini* sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan)³

Dalam penelitian ini menggunakan *error level* 10%, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{3500}{1+(3500 \times 0,1^2)}$$

$$n = 97,22222222222222$$

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2009, hlm .80-81

³Juliansah Noor, *Op.Cit*, hlm. 158

Akan tetapi sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden, sebagai jumlah sampel di atas minimal untuk menghindari sampel *error*.⁴

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel probabilitas (*probability sampling*), yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Dan jenis teknik dari sampel probabilitas yang digunakan adalah jenis teknik *simple random sampling*, yaitu teknik sederhana (*simple*) yang diambil secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi, tiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui untuk terpilih sebagai subjek.⁵ Dan jumlah sampel 100 responden selanjutnya diambil secara acak tanpa memerhatikan kelas, usia dan jenis kelamin.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang diberikan kepada responden, yaitu nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati untuk diisi setelah diberikan penjelasan singkat mengenai

⁴ Trisno Musanto, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi CV. Sarana Media Advertising Surabaya, dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2 September 2004

⁵ Juliansyah Noor, *Op, Cit*, hlm. 151

kuesioner. Kemudian kuesioner dikumpulkan, diseleksi dan diolah serta dianalisis.

Sedangkan skala pengukuran yang digunakan untuk mengkuantifikasi informasi yang diberikan oleh responden ketika menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan dalam kuesioner adalah menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan teknik mengukur sikap di mana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan. Dalam skala ini peneliti membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan suatu isu atau objek, lalu subjek atau responden diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing pernyataan. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala *likert* dengan 5 poin.⁶ Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

1. STS: Sangat Tidak Setuju
2. TS: Tidak Setuju
3. N: Netral
4. S: Setuju
5. SS: Sangat Setuju

⁶ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 65

3.4. Variabel Penelitian Dan Pengukuran

Pada dasarnya penentuan variabel penelitian merupakan operasional konstruk supaya dapat diukur.

3.4.1. Definisi Operasional

Spiritual marketing (variabel bebas X)

Merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan nilai-nilai spiritual dalam agama (Islam). *Spiritual marketing* diukur dengan indikator-indikator berikut:

1. Teistis (*Rabbâniyyah*) merupakan karakteristik yang sifatnya religius (*diniyyah*), yaitu suatu kondisi yang tercipta dari kesadaran akan nilai-nilai religius. Diantaranya adalah ruang pelayanan terjaga kebersihannya, penempatan mushola di dalam ruangan, karyawan membaca doa bersama-sama sebelum dan sesudah bekerja, karyawan membaca surat yasin/tahlil bersama-sama setiap malam jum'at dan memfasilitasi nasabah belajar agama Islam.
2. Humanistis (*Insâniyyah*) merupakan karakteristik yang sifatnya humanistis universal. Diantaranya adalah sifat pelayanan yang tidak membeda-bedakan nasabah secara agama, ras, bangsa dan golongan.

3. Realistis (*Al-Wâqi'iyah*) merupakan karakteristik yang mengedepankan fleksibilitas, keluasan dan keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. Diantaranya adalah penampilan karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati yang menarik dan fleksibel tetapi sopan dan rapi, serta ruang tunggu yang nyaman.
4. Etis (*Akhlâqiyyah*) merupakan karakteristik yang mengedepankan nilai-nilai moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatan. Diantaranya adalah pelayanan karyawan yang murah senyum dan mengucapkan salam.

Loyalitas nasabah (Variabel terikat Y)

Merupakan komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa yang akan datang. Variabel terikat Y adalah loyalitas pelanggan yang diukur berdasarkan ukuran perilaku (*behavior measures*) yaitu:

1. Keinginan untuk melakukan transaksi secara teratur di Bank Muamalat Indonesia.
2. Kesiediaan untuk menolak jasa perbankan lain walaupun memberikan fasilitas yang lebih dari Bank Muamalat Indonesia.

3. Kesiediaan merekomendasikan kepada orang lain untuk membuka tabungan di Bank Muamalat Indonesia.
4. Kesiediaan untuk tetap memilih Bank Muamalat Indonesia walaupun biaya jasa yang ditetapkan lebih besar dari bank lain.
5. Kesiediaan untuk tetap memilih Bank Muamalat Indonesia walaupun bank lain memberikan bagi hasil yang lebih besar.

3.5. Teknik Analisis Data

Langkah awal yang akan dilakukan sebelum memulai analisis data adalah melakukan analisis instrumen penelitian atau alat penelitian. Adapun langkah-langkah yang akan ditempuh dalam melakukan analisis adalah sebagai berikut :

3.5.1. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan merupakan suatu indeks yang menunjukkan alat ukur yang benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun valid/sahih, maka perlu diuji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Dan untuk mengetahui *significant* nilai korelasi

tiap-tiap pertanyaan dilihat menggunakan SPSS versi 16.0 untuk mengujinya.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (r hitung) dengan nilai r tabel untuk derajat kebebasannya ($df = \text{degree of freedom}$) $n - k$, di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen pada tingkat signifikansi 10% ($\alpha=0.1$). Apabila nilai r hitung (dalam output SPSS dinotasikan sebagai *corrected item total correlation*) hasilnya positif dan r hitung $>$ r tabel, maka akan dapat dikatakan bahwa item pertanyaan tersebut adalah valid. Demikian juga berlaku sebaliknya, apabila r hitung $<$ r tabel maka dapat dikatakan bahwa item dari pertanyaan tersebut tidak valid. Item pertanyaan yang tidak valid akan dikeluarkan dan tidak dimasukkan ke dalam proses analisis selanjutnya, sedangkan untuk pertanyaan yang valid akan diteruskan hingga ke tahap pengujian reliabilitas.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau uji kehandalan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya untuk melakukan pengukuran. Kehandalan berkaitan dengan estimasi, sejauh mana suatu alat ukur konsisten apabila pengukuran akan dilakukan

secara berulang pada sampel yang berbeda. Apabila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat ukur tersebut bisa dikatakan handal (*reliable*) dan sebaliknya, bila suatu alat ukur digunakan secara berulang dan hasil dari pengukuran yang diperoleh tidak konsisten dengan hasil pengukuran sebelumnya maka alat tersebut akan dianggap tidak handal (*reliable*). Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *alpha* (α). Kalkulasi koefisien *alpha* memanfaatkan bantuan SPSS versi 16.0 dan batas kritis nilai *alpha* untuk mengidentifikasi kuesioner yang *reliable* adalah 0.60, jadi nilai koefisien *alpha* > 0.60 merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut handal (*reliable*).⁷

3.5.3. Teknik Analisis Data

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner, data tersebut diolah dan dianalisis. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan program komputer SPSS versi 16.0. Pengujian hipotesis dilakukan dengan model regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor *spiritual marketing* (teistis (*rabbâniyyah*), humanistik

⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2005, hlm. 129

(*insâniyyah*), realistis (*al-wâqi'iyyah*) dan etis (*akhlâqiyyah*) terhadap loyalitas nasabah. Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (*dependent variable*)

b = Koefisien regresi (*slop*)

a = Intersep

X = Variabel bebas (*independent variable*)⁸

3.5.4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis data dan pengujian hipotesis maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terhadap asumsi-asumsi dalam analisis regresi tersebut. Sesuai dengan data yang digunakan dalam penelitian ini maka asumsi regresi yang akan diuji adalah autokorelasi, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas.

⁸Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004, hlm. 64

3.5.4.1. Pengujian Autokolerasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi.⁹

3.5.4.2 Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidakpastian varian.¹⁰ Syarat klasik ini dalam analisis regresi adalah harus tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yang berarti varian residual harus sama. Kebanyakan data *cross-section* mengandung situasi heteroskedastis karena data tersebut menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Situasi heteroskedastis akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi tidak stabil. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyestatkan, maka situasi heteroskedastis tersebut harus dihilangkan dari model regresi.

⁹ Husein Umar, *Research Methode in Finance and Bnaking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm. 135

¹⁰ Imam Ghazali, *Op.Cit*, hlm. 79

3.5.4.3. Pengujian Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.¹¹ Multikolinieritas merupakan suatu situasi di mana beberapa atau semua variabel berkorelasi tinggi. Jika terdapat korelasi yang mendekati sempurna di antara sesama variabel independen, maka konsekuensinya adalah:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi di antara sesama variabel independen, maka koefisien-koefisien regresi semakin besar kesalahannya dan standar errornya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF), di mana R_i^2 adalah koefisien determinasi yang diperoleh dengan meregresikan satu variabel bebas X_i terhadap variabel

¹¹ Imam Ghazali, *Op.Cit*, hlm. 129

bebas lainnya. Jika nilai VIF nya kurang atau sama dengan 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

3.5.5. Uji Hipotesis

Metode pengujian terhadap hipotesis dilakukan secara parsial dan simultan. Pengujian secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji t. Pengujian signifikansi dengan uji t digunakan untuk melihat bagaimana variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat. Jika nilai *probability significancy* dari t-rasio dari regresi lebih kecil dari 0.1 maka dapat dikatakan bahwa faktor *spiritual marketing* (teistis (*rabbâniyyah*), humanistis (*insâniyyah*), realistik (*al-wâqi'iyyah*) dan etis (*akhlâqiyyah*)) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

3.5.6. Uji Kelayakan Model

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi, yaitu variabel-variabel yang digunakan model mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis. Pengujiannya menggunakan SPSS versi 16.0.

3.5.6.1. Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan

Statistik uji yang digunakan adalah statistik uji

F dengan prosedur perhitungan sebagai berikut :

$$\mathbf{JK\ sisa} =$$

$$\mathbf{JK\ total} =$$

$$\text{JK regresi} = \text{JK total} - \text{JK sisa}$$

$$\text{RJK} = \text{JK/db}$$

$$\mathbf{F\text{-hitung}} = \mathbf{RJK_{regresi} / RJK\ sisa \dots(*)}$$

Keterangan:

JK = Jumlah kuadrat,

RJK = Rata-rata jumlah kuadrat,

K = Jumlah variabel bebas,

n = Jumlah sampel.

Hipotesis Statistik :

H₀ : Tidak terdapat pengaruh X terhadap Y

H_1 : Terdapat pengaruh X terhadap Y

Ketentuannya adalah jika: signifikansi < α , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan jika signifikansi > α , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Selain itu juga dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} di mana jika: $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.5.6.2. Pengujian Koefisien Regresi Secara Individual

Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah menguji keberartian koefisien model regresi secara individual. Statistik uji yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$t = (b - B_0) / S_b$$

Hipotesis statistik :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh X terhadap Y ($B = B_0$)

H_1 : Terdapat pengaruh X terhadap Y ($B > B_0$)

Ketentuannya adalah jika: signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan jika signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Selain itu juga dengan membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} di mana: jika: $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.