

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, di mana dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup> Sedangkan penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian.

##### 1. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>2</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada para nasabah LKI Buana Kartika Mranggen.

##### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan yang dapat dilihat pada dokumentasi perusahaan, buku-

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h.8

<sup>2</sup>*Ibid*, h. 225

buku referensi dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai, tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.<sup>3</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah LKI Buana Kartika Mranggen. Nasabah LKI Buana Kartika per Desember 2012 adalah 821.

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.<sup>4</sup> Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *insidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti.<sup>5</sup> Sampel dari penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi nasabah LKI Buana Kartika Mranggen yang berjumlah 821.

---

<sup>3</sup>Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*, Jakarta: Bumi Aksara, cet ke-3, 2009, h. 116

<sup>4</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta: Rineka Cipta, edisi revisi IV, 1998, h.117

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 85

Sedangkan besarnya sampel diperoleh dengan menggunakan rumus slovin.<sup>6</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{821}{1 + 821 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{821}{1 + 8.21}$$

$$n = \frac{821}{9,21}$$

$$n = 89,14 = 90$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Jadi, dari rumus slovin di atas, dengan nilai kritis sebesar 10% dibutuhkan besaran sampel sejumlah 89,14. Dari jumlah tersebut kemudian dibulatkan menjadi 90.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

---

<sup>6</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, h. 78

### 1. Metode observasi

Metode observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang akan mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.<sup>7</sup>

### 2. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, dan sebagainya.<sup>8</sup>

### 3. Metode kuesioner

Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.<sup>9</sup>

Kuesioner yang dipakai di sini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

---

<sup>7</sup>Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: Rajawali Press, 2010, h. 134

<sup>8</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 274

<sup>9</sup>Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, h. 114

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Alternatif Jawaban Responden**

<b>Simbol</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber: Data Teoritis, 2013*

### **3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran Data**

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

1. Variabel bebas (*independent*) : program CSR di LKI Buana kartika Mranggen (X)
2. Variabel terikat (*dependent*) : Loyalitas nasabah LKI Buana Kartika Mranggen (Y)

**Tabel 3.2**  
**Variabel dan Indikator Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
CSR	Sebuah program yang diterapkan oleh LKI Buana Kartika sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tanggung Jawab Ekonomis (X1)</li> <li>- Tanggung Jawab Legal (X2)</li> <li>- Tanggung Jawab Etikal (X3)</li> <li>- Tanggung Jawab Diskresi (X4)</li> </ul>	Skala Likert
Loyalitas Nasabah	Komitmen yang kuat dari nasabah, sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap jasa secara konsisten dan dalam jangka panjang, tanpa terpengaruh oleh situasi dan usaha-usaha marketing dari produk lain yang berusaha membuat beralih untuk membeli produk lain tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembelian ulang</li> <li>- Rekomendasi</li> <li>- Menambah jumlah tabungan</li> <li>- Menceritakan hal positif</li> </ul>	Skala Likert

*Sumber: Data Teoritis, 2013*

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap loyalitas nasabah antara lain:

#### 3.5.1 Uji instrumen

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur.<sup>10</sup> Sekiranya peneliti menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur

---

<sup>10</sup>*Ibid*, h. 123

apa yang ingin diukurnya. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a) Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
- b) Melakukan uji coba pengukur tersebut kepada sejumlah responden.
- c) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- d) Menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total.

Nilai korelasi ini dapat diketahui dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, yaitu:

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

X = Skor untuk masing-masing pertanyaan

Y = Skor total

n = Jumlah responden<sup>11</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, kemudian kuesioner juga perlu diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen

---

<sup>11</sup>*Ibid*, h. 132

pengukuran.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini teknik untuk menghitung indeks reliabilitas yaitu dengan teknik *Cronbach* dengan menggunakan koefisien alpha ( $\alpha$ ).

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pertanyaan atau pernyataan

$\sigma_t^2$  = Varian total

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah butir pertanyaan atau pernyataan

Dengan rumus varian sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 \left[ \frac{\sum x^2}{n} \right]}{n}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah responden

$X$  = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan atau pernyataan).

---

<sup>12</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, h. 57



### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi.<sup>13</sup>

Cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot*. Dasar analisis grafik *scatterplot* adalah:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hal ini dapat

---

<sup>13</sup>Duwi Priyatno, *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*, Yogyakarta: Gaya Media, 2009, h. 87

dilakukan dengan analisis grafik dan yang kedua dengan menggunakan analisis statistik.<sup>14</sup>

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
  - b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Dampak yang diakibatkan dengan adanya autokorelasi yaitu varian sampel tidak dapat menggambarkan varian populasinya.<sup>15</sup>

Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan dilakukan uji Durbin-Watson dengan prosedur sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak terjadi autokorelasi

$H_1$  : Terjadi autokorelasi

---

<sup>14</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006, h. 110

<sup>15</sup>Duwi Priyatno, *op.cit*, h. 61

- b. Menentukan taraf signifikansi. Taraf signifikansi menggunakan 0,05.
- c. Menentukan nilai d (Durbin-Watson).
- d. Menentukan nilai dL dan dU
- e. Pengambilan keputusan
  - $dU < d < 4-dU$  maka  $H_0$  diterima (tidak terjadi autokorelasi).
  - $d < dL$  atau  $d > 4-dL$  maka  $H_0$  ditolak (terjadi autokorelasi).
  - $dL < d < dL$  atau  $4-dU < d < 4-dL$  maka tidak ada kesimpulan.
- f. Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa jika nilai d (Durbin-Watson) terletak pada daerah  $dU < d < 4-dU$  maka  $H_0$  diterima, yaitu tidak terjadi autokorelasi.

### 3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi merupakan salah satu metode statistik untuk menganalisis hubungan suatu variabel dengan faktor-faktor yang dianggap berpengaruh yang bersifat satu arah. Terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna, sehingga dalam penerapannya lebih bersifat eksploratif.

Untuk menganalisis apakah penerapan CSR di LKI Buana Kartika mempengaruhi loyalitas nasabah maka digunakan model

regresi linier sederhana. Perumusan model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b.X + e$$

Keterangan:

Y =Loyalitas nasabah LKI Buana Kartika

a = konstanta

b = koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X).

X = penerapan CSR

### 3.5.4 Uji Statistik

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Langkah dalam pengujian hipotesis ini adalah:

##### 1) Menentukan hipotesis nilai dan alternatif

$H_0$  = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap loyalitas nasabah.

$H_1$  = Ada pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap loyalitas nasabah.

##### 2) Menentukan level of signifikan ( $\alpha = 0,05$ )

##### 3) Kriteria pengujian

- Jika  $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak signifikan)
- Jika  $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (signifikan)

#### 4) Perhitungan nilai T

$$t = \frac{(b_1 - b)}{Sb}$$

Keterangan:

$b_1$  = nilai dugaan koefisien regresi.

$Sb$  = standar error pendugaan koefisien regresi.<sup>16</sup>

#### 5) Kesimpulan

Dengan membandingkan  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$  dapat diketahui pengaruh antara CSR terhadap loyalitas nasabah.

#### b. Uji Serempak (Uji F)

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi merupakan regresi *simple linier*. Uji F digunakan untuk mengetahui atau menguji rasio dari dua varian. Langkah pengujian hipotesisnya yaitu:

##### 1. Merumuskan Hipotesis

$H_0$  : CSR secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

---

<sup>16</sup>Freddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005, h. 63

$H_1$  : CSR secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Menentukan tingkat signifikansi  $\alpha$  yaitu sebesar 0,05.
3. Membandingkan  $F_{\text{tabel}}$  dan  $F_{\text{hitung}}$ 
  - Jika  $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak signifikan).
  - Jika  $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (signifikan).
4. Perhitungan nilai F

$$F = \frac{R^2/k}{[1 - R^2][n - k - 1]}$$

Keterangan:

k = Banyaknya variabel bebas

$R^2$  = Koefisien determinasi

$n-k-1$  = Derajat bebas penyebut

## 5. Kesimpulan

Dengan membandingkan  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$  dapat diketahui pengaruh secara simultan antara CSR terhadap loyalitas nasabah.

### c. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tingkat ketepatan suatu regresi dapat diketahui dari besar kecilnya koefisien determinasi atau koefisien  $R^2$  (*R Square*).

Nilai koefisien  $R^2$  dalam analisis regresi dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan kecocokan garis regresi yang diperoleh. Semakin besar nilai  $R^2$  (*R Square*) maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya.<sup>17</sup> Koefisien determinasi dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Jumlah kuadrat dari koefisien korelasi

Nilai ini dapat juga dipakai sebagai ukuran secara keseluruhan terhadap *goodness of fit* sampel data, dimana nilai 1 merupakan *good fit* sedangkan nilai 0 merupakan nilai yang tidak baik (*poor fit*).

---

<sup>17</sup>R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*, edisi pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005, h. 206