

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Obyek dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan mengambil obyek loyalitas nasabah dan kualitas pelayanan yang ditujukan kepada para nasabah yang memiliki rekening dan tabungan Bank BRI Syariah Cabang Kendari. Pendekatan penelitian ini adalah *confirmatory research* dengan mengumpulkan data secara *cross section*. Penelitian *confirmatory* bertujuan untuk memperoleh pengujian yang tepat dalam menarik kesimpulan hubungan sebab akibat antara variabel dan selanjutnya memilih alternatif tindakan.<sup>39</sup>

#### **B. Sumber Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden atau yang menjadi sampel penelitian ini. Data yang diperoleh secara langsung dari responden meliputi tanggapan terhadap kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah yang merupakan data hasil penyebaran kuesioner nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kendari.
2. Data sekunder, adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang diterbitkan oleh organisasi. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari struktur organisasi perusahaan dan data pertumbuhan nasabah yang menabung di Bank BRI Syariah Cabang Kendari.

---

<sup>39</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Bagaimana menulis tesis?* Erlangga: Surabaya, 2003, h. 63.

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>40</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki rekening dan tabungan Bank BRI Syariah Cabang Kendari. Karena keterbatasan waktu, tenaga, dan pemilihan alat analisis dalam penelitian ini maka tidak semua populasi dapat dijadikan sampel penelitian.

### 2. Sampel

Besarnya ukuran sampel mempunyai peranan penting dalam interpretasi hasil SEM. Ukuran sampel memberikan dasar untuk mengestimasi sampling error.<sup>41</sup> Ukuran sampel untuk analisis SEM yang sesuai berkisar antara 100-200 dengan pedoman dalam menentukan ukuran sampel yang dipergunakan yaitu lima sampai sepuluh kali jumlah indikator penelitian.<sup>42</sup> Berdasarkan pandangan tersebut di atas, dengan pertimbangan bahwa ukuran sampel lima kali dari jumlah indikator yang ada ( $5 \times 34 = 170$  responden), maka sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 200 responden.

---

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta. 2013, h. 80

<sup>41</sup> Ghozali, I. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2008, h. 64

<sup>42</sup> Ferdinand, A. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Semarang: BP UNDIP. 2002, h. 47-48

#### D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dilakukan dengan metode:

##### 1. Kuesioner atau angket

Kuesioner adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, untuk diisi oleh responden.<sup>43</sup> Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, peneliti dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.<sup>44</sup>

Penelitian dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas sehingga kuesioner dapat kontak secara langsung antara peneliti dengan responden. Responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti dan setiap instrument mempunyai skala pengukuran. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Elvinaro Ardianto, *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2010, h..162

<sup>44</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, h.151

<sup>45</sup> Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Yogyakarta: BPFE, 2004, h.66

- a. Untuk jawaban a yaitu sangat setuju (SS) dengan skor 5
- b. Untuk jawaban b yaitu setuju (S) dengan skor 4
- c. Untuk jawaban c yaitu netral (N) dengan skor 3
- d. Untuk jawaban d yaitu tidak setuju (TS) dengan skor 2
- e. Untuk jawaban e yaitu sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan informasi yang disimpan.<sup>46</sup> Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang..

### **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kuesioner (daftar Pertanyaan). Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *semantic differential*, dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebarakan.<sup>47</sup>

### **F. Pengujian Instrumen Pengumpulan Data**

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data, sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu validitas

---

<sup>46</sup> Elvinaro Ardianto, *Op.cit*, hlm.167

<sup>47</sup> Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang : BP. UNDIP. 2011. h. 30

dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program SPSS.

a) Uji Validitas

Sebelum instrumen-instrumen tersebut digunakan dalam menjangkau data sesungguhnya, perlu diuji cobakan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitasnya. Reliabilitas maksudnya keterandalan atau ketetapan hasil pengukuran dari instrumen tersebut, sedangkan validitas adalah kesahihan atau ketetapan alat ukur tersebut tentang apa yang diukur.

Setelah instrumen disetujui oleh para ahli atau para pembimbing, selanjutnya dilakukan uji validitas dan reabilitas pada sampel dari populasi yang telah diambil. Setelah data didapat dan ditabulasikan, maka pengujian validitas dan realibitas instrumen dapat dilakukan.

Ada dua persyaratan pokok dari instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian yakni: validitas dan reliabilitas.<sup>48</sup>

Validitas berhubungan dengan ketetapan terhadap apa yang mesti diukur oleh instrumen dan seberapa cermat instrumen melakukan pengukurannya atau dengan kata lain validitas instrumen berhubungan dengan ketepatan instrumen tersebut terhadap konsep yang akan diukur sehingga betul-betul bisa mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>49</sup>

Untuk menguji validitas butir instrumen penelitian, digunakan korelasi product moment yaitu dengan mencari korelasi antara skor butir dan skor

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, h. 30

<sup>49</sup> Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang : BP. UNDIP. 2011 hal. 30

totalnya. Untuk validitas butir digunakan korelasi *product moment* dimana kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan harga  $r_{xy}$  dengan harga tabel kritik  $r$  *product moment*, dengan ketentuan  $r_{xy}$  dikatakan valid apabila  $r_{xy} > r_{tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$ . Untuk menghitung validitas butir digunakan aplikasi program SPSS. Berikut adalah rekapitulasi hasil uji validitas.

Tabel 3.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator Variabel/ Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi (r)	Ket
Compliance (X1)	X11	0,877	Valid
	X12	0,875	Valid
	X13	0,879	Valid
	X14	0,877	Valid
	X15	0,890	Valid
Assurance (X2)	X21	0,845	Valid
	X22	0,845	Valid
	X23	0,850	Valid
	X24	0,855	Valid
	X25	0,865	Valid
Reliability (X3)	X31	0,829	Valid
	X32	0,816	Valid
	X33	0,823	Valid
	X34	0,837	Valid
	X35	0,862	Valid
Tangible (X4)	X41	0,640	Valid
	X42	0,687	Valid
	X43	0,674	Valid
	X44	0,711	Valid
	X45	0,644	Valid
	X46	0,673	Valid
Empathy (X5)	X51	0,764	Valid
	X51	0,783	Valid
	X51	0,770	Valid
	X51	0,800	Valid
	X51	0,738	Valid
	X51	0,760	Valid
Responsiveness (X6)	X61	0,556	Valid
	X61	0,567	Valid
	X61	0,552	Valid
	X61	0,622	Valid
Loyalitas (Y)	Y1	0,757	Valid
	Y2	0,735	Valid
	Y3	0,758	Valid

Sumber: Data primer diolah (SPSS Versi 16), 2018

Pada Tabel 3.1 di atas, menunjukkan hasil uji validitas dari seluruh instrument memiliki koefisien korelasi  $> 0,30$  dan nilai signifikan dari seluruh instrument berada di bawah  $= 0,05$  atau tingkat kepercayaan 95%, dapat diartikan bahwa suatu item pernyataan yang digunakan sebagai instrument dalam riset ini adalah valid.

#### b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator tersebut mengindikasikan sebuah konstruk atau faktor laten yang umum. Cara yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menghitung nilai *Alpha Cronbach*. Apabila *Alpha Cronbach* berada di nilai 0,60 atau lebih maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Selain itu, reliabilitas konstruk ditentukan dari nilai *loading factor* tiap-tiap indikator. Indikator-indikator yang mempunyai *loading factor*  $< 0.5$  dikeluarkan dari model. Uji reliabilitas konstruk adalah *composite reliability*, yang diperoleh melalui rumus berikut ini<sup>50</sup>:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{\sum s \text{ standardized loading}^2}{\sum s \text{ standardized loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

Dimana:

- 1) *Std Loading* diperoleh dari standardized loading untuk tiap-tiap indikator
- 2)  $\epsilon_j$  adalah measurement error dari tiap-tiap indikator

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, h. 271

Tabel 3.2 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator Variabel/ Item Pertanyaan	Koefisien Alpha	Ket
Compliance (X1)	X11	0,901	Reliabel
	X12		
	X13		
	X14		
	X15		
Assurance (X2)	X21	0,878	Reliabel
	X22		
	X23		
	X24		
	X25		
Reliability (X3)	X31	0,862	Reliabel
	X32		
	X33		
	X34		
	X35		
Tangible (X4)	X41	0,711	Reliabel
	X42		
	X43		
	X44		
	X45		
	X46		
Empathy (X5)	X51	0,801	Reliabel
	X51		
	X51		
	X51		
	X51		
	X51		
Responsiveness (X6)	X61	0,643	Reliabel
	X61		
	X61		
	X61		
Loyalitas (Y)	Y1	0,818	Reliabel
	Y2		
	Y3		

Sumber: Data primer diolah (SPSS Versi 16), 2018

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai koefisien alpha dari seluruh item pernyataan yang dijadikan sebagai instrument dalam riset ini masih berada di atas *cut of value* > 0,60 berarti semua item pernyataan yang dijadikan sebagai instrument dapat dipercaya keandalannya. Hasil uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir (item)



pernyataan yang digunakan adalah valid dan reliabel. Oleh karena itu, kuesioner yang digunakan dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk melakukan pengukuran setiap variabel.

### **G. Metode Analisis Data**

Pengolahan data primer yang terkumpul melalui penyebaran kuesioner dilakukan dalam 4 (empat) langkah yaitu: *editing*, *entry*, tabulasi dan analisis data. Mengingat model dalam penelitian ini adalah model kausalitas (hubungan/pengaruh sebab akibat), maka untuk menguji hipotesis yang diajukan digunakan alat uji Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Model* – SEM).

Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Model*–SEM) merupakan suatu teknik statistik yang dipakai untuk menguji serangkaian hubungan antara beberapa variabel yang terbentuk dari variabel faktor ataupun variabel terobservasi yang dianalisis dengan menggunakan program Amos.

Penelitian ini menggunakan 2 analisis data yaitu:

#### 1. *Confirmatory Factor Analysis*

Analisis faktor konfirmatori pada SEM digunakan untuk mengkonfirmasi faktor-faktor yang paling dominan dalam satu kelompok variabel.

#### 2. *Regression Weight*

Regression Weight pada SEM digunakan untuk meneliti seberapa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Tujuh (7) langkah yang harus dilakukan apabila menggunakan SEM yaitu<sup>51</sup>:

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, h. 271

1. Pengembangan model berbasis teori

SEM mendasarkan diri dari sebab akibat atau kausal, dimana perubahan yang terjadi pada suatu variabel diasumsikan untuk menghasilkan perubahan pada variasi yang lain.

2. Pengembangan diagram jalur untuk menunjukkan hubungan kausalitas dan menggambarkan hubungan antar variabel. Sebuah diagram alur secara khusus dapat membantu dalam menggambarkan serangkaian hubungan kausal antar konstruk dari model teoritis yang telah dibangun pada tahap yang pertama. Adapun dalam menyusun bagan alur digambarkan dengan hubungan antar konstruk dan anak panah. Anak panah yang digambarkan lurus menunjukkan hubungan kausal langsung dari suatu konstruk ke konstruk lainnya. Adapun konstruk yang dibangun dalam diagram alur dapat dibedakan menjadi dua (2) kelompok yaitu<sup>52</sup>:

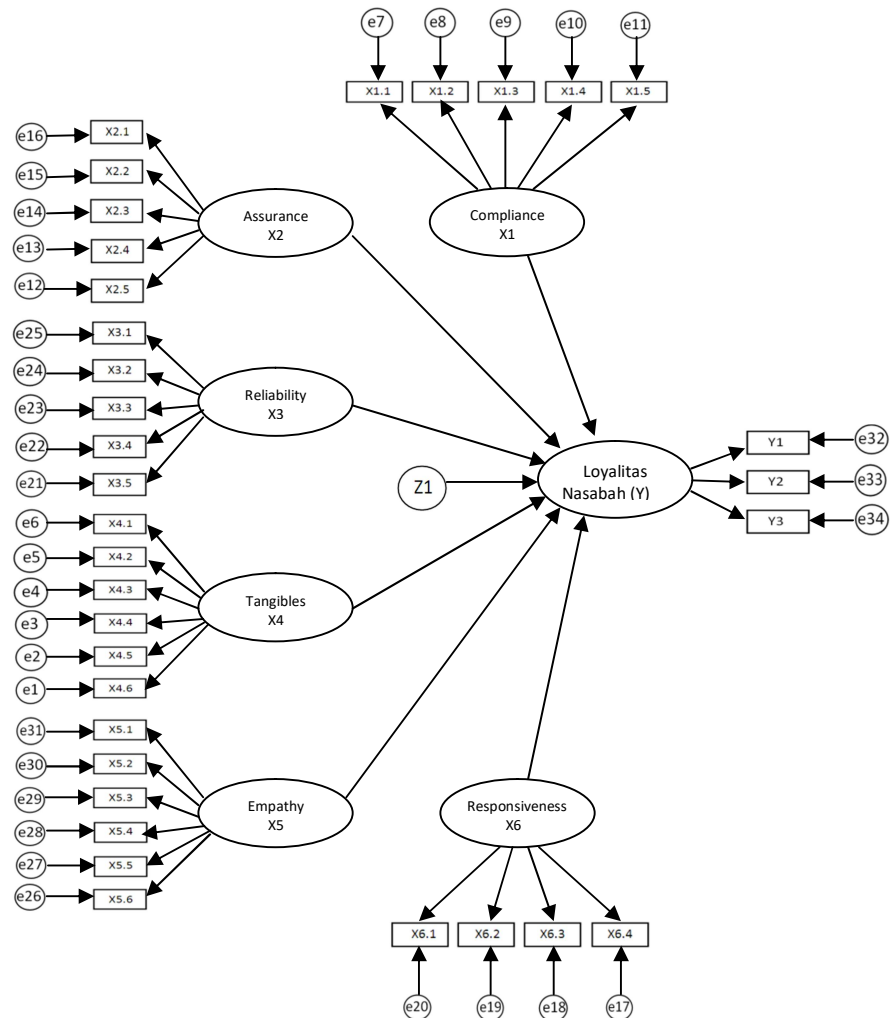
- a. Konstruk eksogen dikenal juga sebagai *source variable* atau *independent variable* yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk eksogen adalah konstruk yang dituju oleh garis dengan satu ujung panah.
- b. Konstruk endogen merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk endogen lainnya. Konstruk eksogen hanya berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

Adapun pengembangan diagram jalur tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

---

<sup>52</sup> *Ibid.*, h. 271

**Gambar 3.1 Pengembangan Diagram Jalur (*Path*)**



Keterangan:

Pengembangan diagram jalur penelitian di atas menunjukkan hubungan kausalitas yang akan diuji, dimana loyalitas nasabah (Y) dipengaruhi oleh 6 dimensi kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub>, dan X<sub>6</sub>) dengan total 34 indikator dari gabungan masing-masing dimensi.

### 3. Konversi diagram alur ke dalam persamaan

Pada langkah ketiga ini, model pengukuran yang spesifik, siap dibuat yaitu dengan mengubah diagram alur ke model pengukuran. Persamaan yang dibangun dari diagram alur yang dikonversi terdiri dari:

- a. Persamaan struktural (*structural equations*) yang dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk.
- b. Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*). Pada persamaan ini ditentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk atau variabel.<sup>53</sup>

### 4. Memilih matrik input dan estimasi model yang diusulkan

Pada penelitian ini dalam pengujian teori, matrik inputnya adalah matrik covarians atau varians, sebab lebih memenuhi asumsi dan metodologi dimana *standar error* yang dilaporkan akan menunjukkan angka yang lebih akurat dibandingkan dengan menggunakan matriks korelasi. Menurut Hair, ukuran sampel yang sesuai untuk SEM adalah 100-200 responden.<sup>54</sup> Program komputer yang digunakan sebagai alat estimasi dalam pengukuran ini adalah program AMOS dengan menggunakan *maximum likelihood estimation*.

### 5. Kemungkinan munculnya masalah identifikasi

---

<sup>53</sup> *Ibid.*, h. 271

<sup>54</sup> J.F. Hair, P.R. Bush and D.J. Otinau, *Marketing research: within a changing information environment*, (2nd edition.), New York : McGraw-Hill, 2004

Melihat standar error yang besar untuk satu atau lebih koefisien dan korelasi yang tinggi ( $\geq 0,9$ ) di antara koefisien estimasinya. Masalah dalam identifikasi pada prinsipnya adalah pada problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan tersebut untuk menghasilkan estimasi yang unik.

6. Evaluasi *criteria goodness-of-fit*

Pada langkah ini dilakukan evaluasi terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai *criteria goodness of fit*. Adapun beberapa pengukuran yang penting dalam mengevaluasi *criteria goodness of fit* tersebut adalah:

a) Normalitas dan linearitas

Normalitas diuji dengan melihat univariate dan multivariate data serta linieritas data, yang diuji dengan mengamati scatterplots dari data.

b) *Outliers*

*Outliers* adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrem baik secara *univariate* maupun *multivariate*, yaitu muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lain. Dapat diadakan tindakan khusus pada *outliers* ini asal diketahui bagaimana munculnya *outliers* itu.

c) *Multicollinerity* dan *singularity*

Diuji dengan deteksi dari determinan matriks kovarians. Nilai determinan matrik kovarian yang sangat kecil memberikan indikasi adanya problem *multicollinerity* dan *singularity*. Uji unidimensionalitas masing-masing konstruk Unidimensionalitas adalah syarat yang diperlukan untuk analisis

reliabilitas izin validitas konstruk.<sup>55</sup> Indeks GFI > 0.9 menunjukkan adanya unidimensionalitas.

d) *Chi-square statistics*

Pengukuran yang paling mendasar adalah dengan *Likelihood ratio chi-square statistics* ( $\chi^2$ ). Nilai ( $\chi^2$ ) yang semakin rendah menandakan bahwa model yang digunakan dalam penelitian tersebut semakin baik dan dapat diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut off value* sebesar  $p \geq 0,05$  atau  $p \geq 0,10$ .

e) *Probability*

Nilai probability yang dapat diterima adalah  $p \geq 0,05$ .

g) *Goodness of Fit Index (GFI)*

Merupakan pengukuran non-statistical yang nilainya berkisar antara 0 (poor profit) sampai dengan 1,0 (perfect profit). Sedangkan nilai-nilai yang lebih besar dari 0,1 menandakan fit yang baik.

h) *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI memiliki nilai yang sama dengan atau lebih besar dari 0,90.

i) *The minimum sample discrepancy function (CMIN/DF)*

Jika dibagi dengan *degree of freedom*-nya akan menghasilkan indeks CMIN/DF yang merupakan Chi-Square Statistic dibagi df-nya sehingga disebut *Chi-Square relative*. Nilai *Chi-Square relatif* diharapkan adalah <2.

---

<sup>55</sup> *Ibid.*, h. 271

j) *The Comparative Fit Index (CFI)*

*The Comparative Fit Index* yang mendekati 1 mengidentifikasi tingkat fit yang tinggi. Oleh karena itu nilai yang direkomendasikan untuk  $CFI \geq 0,95$ .

k) *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model estimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah close fit dari model itu berdasarkan derajat bebas.

l) *Tucker Lewis Index (TLI)*

TLI merupakan sebuah alternatif incremental fit index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah model baseline. Sedangkan nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah  $TLI \geq 0,95$  dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan a very good fit.

7. Interpretasikan dan modifikasi model

Langkah terakhir dari SEM adalah menginterpretasikan model dan memodifikasi model, khususnya bagi model-model yang tidak memenuhi syarat dalam proses pengujian yang dilakukan. Dengan demikian indeks-indeks yang digunakan seperti dalam Tabel 3.3 berikut ini.

Tabel 3.3 Kriteria Goodness of Fit <sup>56</sup>

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-of value</i>
<i>Significaned Probability</i>	$\geq 0.05$
RMSEA	$\leq 0.08$
GFI	$\geq 0.90$
AGFI	$\geq 0.90$
CMIN/DF	$\leq 2.00$
TLI	$\geq 0.95$
CFI	$\geq 0.95$

Langkah terakhir adalah menginterpretasikan model dan memodifikasi model jika model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Untuk mempertimbangkan perlu tidaknya memodifikasi sebuah model yakni dengan melihat jumlah residual kovarians yang dihasilkan oleh model. Batas aman untuk jumlah residual lebih besar dari 5 persen dari keseluruhan kovarians yang dihasilkan oleh model. Bila jumlah residual lebih besar 5 persen dari semua residual kovarians yang dihasilkan oleh model, maka modifikasi mulai perlu dipertimbangkan. Tetapi, bila nilai residual yang dihasilkan oleh model cukup besar ( $>2,58$ ), maka cara lain dalam memodifikasi model adalah dengan mempertimbangkan untuk menambah sebuah alur baru terhadap model yang diestimasi itu.<sup>57</sup>

## H. Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang telah diidentifikasi dengan berbagai dimensi dan indikator harus didefinisikan dengan jelas, sehingga tidak menimbulkan pengertian yang salah bagi responden pada saat pengumpulan data. Definisi variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>56</sup> *Ibid.*, h. 271

<sup>57</sup> *Ibid.*, h. 271



### 1. *Compliance* ( $X_1$ )

*Compliance* atau kepatuhan syariah yaitu kemampuan perusahaan atas kesesuaian dalam penerapan prinsip syariah meliputi menjalankan kegiatan perusahaan sesuai dengan prinsip Islam, menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami.

- X<sub>1.1</sub> Bank menjalankan operasional sesuai dengan hukum prinsip-prinsip syariah
- X<sub>1.2</sub> Tidak ada bunga yang diambil atau diberikan pada produk tabungan atau pembiayaan
- X<sub>1.3</sub> Ketentuan produk dan layanan yang Islami
- X<sub>1.4</sub> Ketentuan pembiayaan yang bebas bunga
- X<sub>1.5</sub> Ketentuan pembagian investasi dengan prinsip bagi hasil

### 2. *Assurance* ( $X_2$ )

*Assurance* atau jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

- X<sub>2.1</sub> Nasabah merasa aman dalam bertransaksi
- X<sub>2.2</sub> Pegawai bersikap ramah dan sopan kepada nasabah
- X<sub>2.3</sub> Pegawai memiliki pengetahuan tentang produk-produk
- X<sub>2.4</sub> Bank memberi perhatian individu kepada nasabah
- X<sub>2.5</sub> Bank menyediakan saran-saran dan nasehat keuangan

### 3. *Reliability* (X<sub>3</sub>)

*Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

X<sub>3.1</sub> Menyediakan produk layanan yang luas

X<sub>3.2</sub> Pegawai memberi pelayanan yang terbaik dan menyenangkan

X<sub>3.3</sub> Jaminan keamanan dalam bertransaksi

X<sub>3.4</sub> Bebas dari rekaman kesalahan

X<sub>3.5</sub> Waktu layanan yang optimal

### 4. *Tangible* (X<sub>4</sub>)

*Tangible* atau bukti langsung yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

X<sub>4.1</sub> Transaksi yang cepat dan efisien

X<sub>4.2</sub> Tampilan kantor dan fasilitas yang menarik

X<sub>4.3</sub> Bank memperhatikan penataan ruang kantor

X<sub>4.4</sub> Menyediakan sekat-sekat atau pembatas ruang yang rapi dan indah

X<sub>4.5</sub> Bank menyediakan majalah, koran dan sebagainya untuk bahan bacaan saat nasabah menunggu

X<sub>4.6</sub> Bank menyediakan layanan penarikan dengan hak istimewa

### 5. *Empathy* (X<sub>5</sub>)

*Empathy* atau empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya untuk memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

X<sub>5.1</sub> Lokasi yang mudah dijangkau

X<sub>5.2</sub> Nama, reputasi dan citra bank yang mudah dikenal

X<sub>5.3</sub> Bank memiliki aset dan modal yang besar

X<sub>5.4</sub> Bank menyediakan area parkir yang luas dan memadai

X<sub>5.5</sub> Bank menjamin kerahasiaan data nasabah

X<sub>5.6</sub> Menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan

### 6. *Responsiveness* (X<sub>6</sub>)

*Responsiveness* atau daya tanggap yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat pada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan nasabah menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

- X<sub>6.1</sub> Pegawai bank mengatakan yang benar kepada nasabah ketika melayani
- X<sub>6.2</sub> Pegawai bank memberikan pelayanan yang cepat pada nasabah
- X<sub>6.3</sub> Pegawai bank bersedia membantu nasabah
- X<sub>6.4</sub> Pegawai bank tidak pernah kerepotan dalam menanggapi nasabah

## 7. Loyalitas (Y)

Loyalitas yaitu persepsi dan komitmen pelanggan untuk menceritakan dan memberikan rekomendasi kepada orang lain, menolak tawaran produk pesaing dan pelanggan tidak merasa canggung atau enggan untuk menyampaikan complain kepada pihak perusahaan.

- Y<sub>1</sub> Menceritakan kebaikan dan memberi rekomendasi
- Y<sub>2</sub> Menolak tawaran produk pesaing
- Y<sub>3</sub> Menyampaikan complain kepada pihak perusahaan

### I. Landasan Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam riset ini bertujuan untuk menjawab apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Taraf signifikansi estimasi parameter ditentukan dengan nilai probabilitas dengan taraf signifikansi yang diyakini peneliti dalam penelitian ini sebesar  $\alpha = 0,05$  atau 95%. Dengan demikian pengujian hipotesis dalam penelitian ini didasarkan atas nilai probabilitas yang dihasilkan dengan ketentuan sebagai berikut:

H<sub>0</sub> :  $p > \alpha = 0,05$  atau 95%; tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

$H_0 : p < \alpha = 0,05$  atau 95%; terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Dasar pertimbangan pengambilan keputusannya adalah:

1. Apabila  $p < \alpha = 0.05$  atau 95%, maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen dan variabel endogen.
2. Apabila  $p > \alpha = 0.05$  atau 95%, maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen dan variabel endogen.