# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian eksperimen dan survey. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic (Sugiyono, 2016, hal. 7). Penelitian ini termaksuk kedalam penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

## 3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

### 3.2.1 Waktu Penelitian

Untuk mendapatkan sumber data yang dibutuhkan dan data yang berhubungan dengan masalah-masalah dalam penelitian ini, maka penelitian akan dimulai setelah seminar proposal dilaksanakan.

### 3.2.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian akan dilaksanakan penulis adalah di PT. Bank Syariah Indonesia KC Mt.Haryono Kota Kendari.

## 3.3 Populasi dan Sampel

### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015, hal. 62). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Mt.Haryono Kota Kendari sebanyak 25.000 orang dan penelitian ini berfokus terhadap pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015, hal. 70). Sampel digunakan apabila peneliti tidak mampu menggunakan semua anggota populasi sebagai subjek penelitian, Misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Anggota populasi yang ambil sebagai sampel harus mampu mewakili seluruh anggota populasi sehingga hasil penelitian terhadap populasi tetap menghasilkan kesimpulan yang valid. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan jenis sample yang termasuk dalam nonprobability sampling yaitu teknik sampling insidental. Sampling incidental adalah teknik pengambilan sampel tidak dipilih secara acak. Jadi, dalam penelitian ini jumlah sampel populasi yang peneliti ketahui berjumlah 25.000 orang nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia KC Mt.Haryono Kota Kendari. Maka jumlah sampelnya adalah sebagai berikut:

Untuk mendapatkan sampelnya yang tepat, maka penelitian ini menggunakan rumus slovin:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Total Populasi

*e* = Batas Toleransi Error (*Margin Of Error*)

$$n = \frac{25.000}{1+(25.000 \times 0{,}1^2)}$$

$$= \frac{25.000}{1+(25.000 \times 0{,}01)}$$

$$= \frac{25.000}{1+250}$$

$$= \frac{25.000}{251}$$

= 99,60 ➡ Dibulatkan menjadi 100

Jadi, jumlah populasi 25.000, maka peneliti dapat menarik sampel sebanyak 100 Nasabah dengan tingkat kesalahan 10%.

## 3.4 Sumber Data

### 3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Sugiyono, 2011, hal. 26). Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti. Data primer daru penelitian ini diperoleh dari teknik kuisioner, yaitu teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data semacam ini sudah dikumpulkan pihak lain untuk tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari studi jurnal ilmiah, skripsi, dan artikel yang didapat dari situs internet. (Bungin, 2014, hal. 132)

## 3.5 Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014, hal. 148). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, maka variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Variabel Bebas (Independen Variabel)

Variabel Bebas atau independen adalah yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependent) yang terdiri dari: Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).

2) Variabel Terikat (Variabel Dependent)

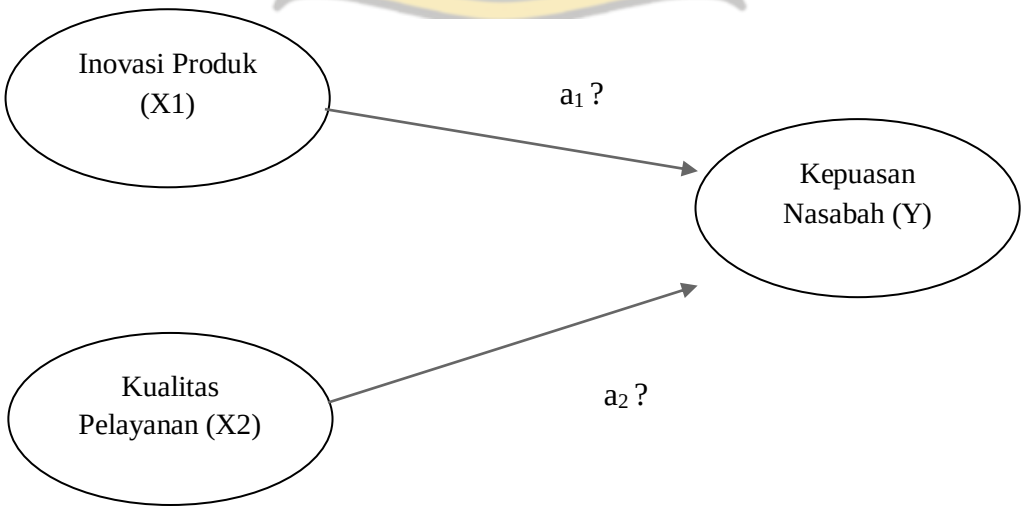
Variabel terikat atau dependent yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas yaitu Kepuasan Nasabah (Y).

### 3.6 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh anatar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014, hal. 12). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan. Sedangkan variabel dependent yaitu Kepuasan Nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KC Mt. Haryono Kota Kendari.

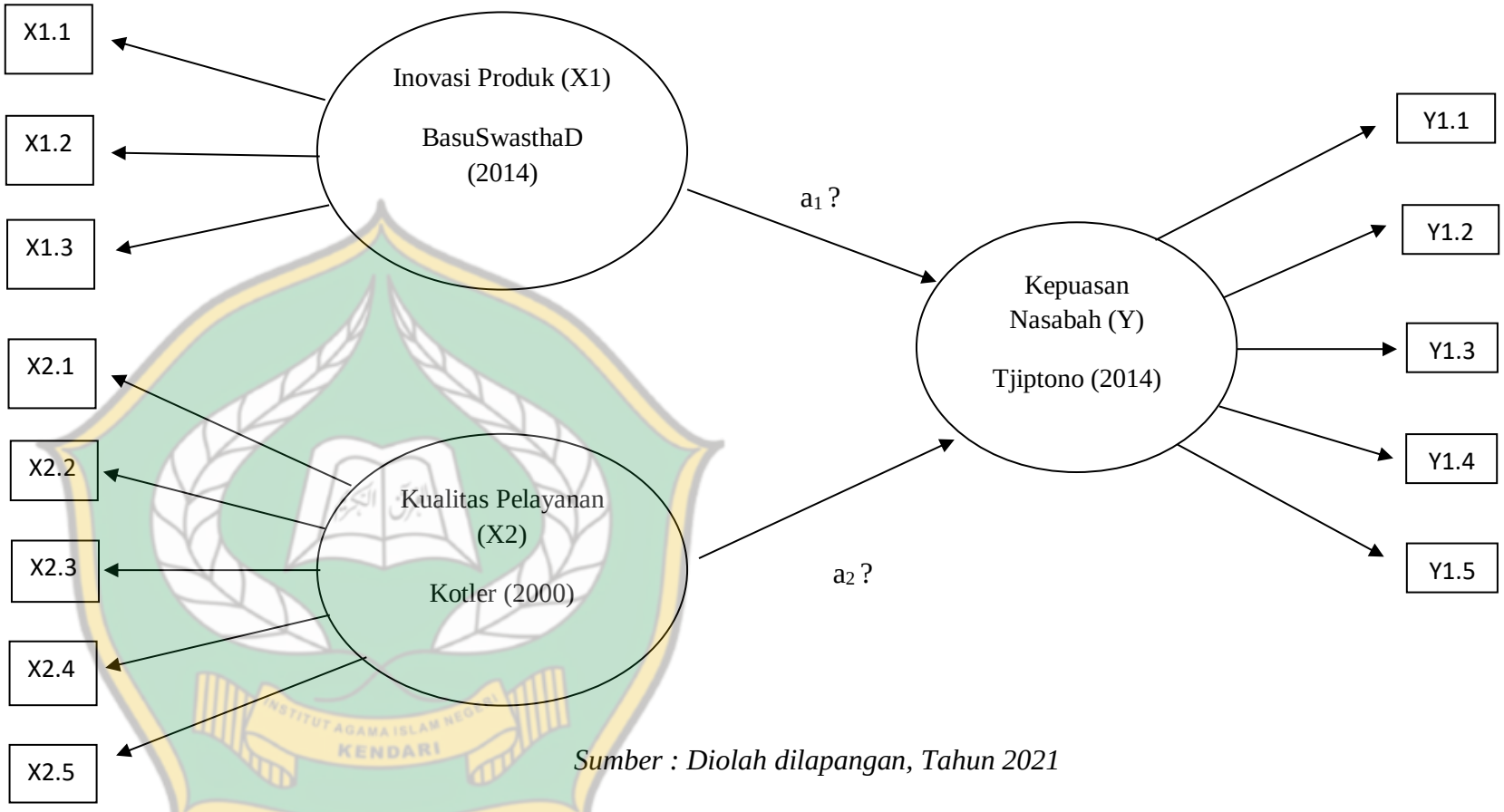
Adapun model pengaruh antar variabel yang di maksud yaitu:

**Gambar 3.1**
**Desain Penelitian**



**Gambar 3.2**

**Hubungan Antar Variabel**




*Sumber : Diolah dilapangan, Tahun 2021*

**1.**

**Reduced Formula (Rumus Statistik)**

$$\boxed{Y = F(X)}$$

***a.*** $X1 \xrightarrow{a1} Y$

**Dik: Y=F(X)**

**$Y=F(a_0X_0,a_1X_1,a_1Y,e)$.....(1)**

***b.*** $X2 \xrightarrow{a2} Y$

**Dik: Y=F(X)**

**$Y= F(a_0X_0,a_1X_1,a_2X_2,a_2Y,e)$.....(2)**

## 3.7 Teknik Pengumpulan Data

### 3.7.1 Metode Angket/Kuisioner

Kuisioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket yaitu pertanyaan-pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden peneliti tentang suatu variabel yang diteliti. Instrument yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini menggunakan Skala Likert 5 point. (Bambang, 2006, hal. 65)

### 1.7.2 Dokumentasi

Metode ini didapatkan untuk mendapatkan data bersifat documenter. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data tentang jumlah nasabah, struktur organisasi, visi-misi, dan sebagainya.

### 1.7.3 Observasi

Observasi atau yang disebut dengan pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Metode

observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data-data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti.

### 3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Instrumen yang digunakan ini berupa kuesioner (angket), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2015, hal. 45)

Angket yang digunakan adalah angket tertutup (angket berstruktur), yaitu angket yang disajikan sedemikan rupa, selanjutnya responden diminta untuk mengisi daftar pernyataan tersebut dengan tanda silang atau check list.

Patokan untuk menyusun instrument yang menggunakan skala litert memiliki gradiasi dari sangat negative samapi dengan sangat positif dengan 5 (lima) alternative jawaban, dengan jawaban masing-masing sebagai berikut:

**Tabel 3.1**
**Skala Litert**

| Kode | Kriteria | Nilai |
|---|---|---|
| STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |
| TS | Tidak Setuju | 2 |
| N | Netral | 3 |
| S | Setuju | 4 |
| SS | Sangat Setuju | 5 |

**Tabel 3.2**
**Pernyataan Kuisioner**

| No | Variabel | Indikator | Pernyataan |
|---|---|---|---|
| | Inovasi Produk | a. Fitur Produk | 1. Bank Syariah Indonesia mampu menciptakan produk baru bagi nasabah.<br>2. Produk Bank Syariah Indonesia merupakan produk yang bermutu..<br>3. Produk Bank Syariah Indonesia memiliki fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan.<br>4. Menggunakan media online dan cetak untuk melakukan promosi<br>5. BSI memiliki teknologi peralatan transaksi yang canggih. |
| | | b. Kualitas Produk | 1. Produk bank syariah Indonesia memiliki jenis bahan yang berkualitas.<br>2. Jenis model Produk Bank Syariah Indonesia bervariasi. |
| | | c. Desain Produk | 1. Produk Bank Syariah Indonesia mempunyai keindahan bentuk desainnya.<br>2. Produk Bank Syariah Indonesia memiliki warna yang menarik.<br>3. Produk Bank Syariah memiliki warna yang sesuai dengan desain produknya. |
| 2 | Kualitas Pelayanan | a. *Tangible* (Wujud Fisik) | 1. Karyawan bank memiliki penampilan yang menarik.<br>2. Lokasi ATM dan ketersediaan ATM dari Bank Syariah Indonesia cukup tersedia dan mudah di jangkau. |
| | | b. *Reliabilisty* (Kehandalan) | 1. *K*aryawan selalu memberikan ucapan salam sebelum melayani nasabah.<br>2. Teller Bank Syariah Indonesia melayani dengan urutan kedatangan dan tidak membeda-bedakan. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | c. *Assurrance* (Jaminan) | 1. Karyawan Bank Syariah Indonesia mampu memberikan pelayanan dengan sabar kepada nasabah.<br>2. Karyawan sangat memahami apa saja kebutuhan yang dinginkan nasabah. |
| | | d. *Responsiveeness* (Ketanggapan) | 1. Karyawan selalu siap membantu nasabah.<br>2. Karyawan Bank Syariah Indonesia memberikan informasi layanan secara akurat dan terperinci. |
| | | e. *Emphaty* (Empati) | 1. Karyawan perhatian kepada nasabah.<br>2. Mengutamakan kepentingan nasabah. |
| 3 | Kepuasan Nasabah | a. *Re-Purchase* | 1. Nasabah akan menggunakan atau membeli kembali produk di bank Syariah Indonesia.<br>2. Saya akan merekomendasikan produk Bank Syariah Indonesia kepada orang lain. |
| | | b. Menciptakan *Word-Of-Mounth* | 1. Nasabah akan menggunakan produk BSI dibandingkan produk lain<br>2. Nasabah puas akan produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia. |
| | | c. Menciptakan citra merek | 1. Nasabah akan mengatakan hal yang positif tentang BSI baik produk maupun layanan.<br>2. Produk Bank Syariah Indonesia yang sudah dikenal banyak orang. |
| | | d. Menciptakan Keputusan Pembelian | 1. Setelah melihat nasabah lain memakai produk Bank Syariah Indonesia dan saya tertarik.<br>2. Merasa sangat puas dengan produk Bank Syariah Indonesia. |
| | | e. Kepuasan Keseluruhan dengan Barang | 1. Kepuasan terhadap kualitas produk dan layanan nasabah membuat nasabah menggunakan jasa tersebut.<br>2. Karyawan Bank Syariah Indonesia cekatan dalam |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | menangani keinginan nasabah. |

## 3.9 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data yang diperoleh dengan cara kuantitatif atau menguraikan data serta membuat kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh. Adapun pengujian yang dilakukan yaitu dengan menggunakan metode uji validitas, uji reabilitas, dan Koefisien Product Moment, yaitu:

### 3.9.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji Validitas menunjukan sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Juliandi, 2005, hal. 76).Uji validitas item atau butiran digunakan uji korelasi *person product moment*.

Dalam uji ini, setiap item akan diuji realisasinya dengan skor total variabel tersebut. Rumus yang digunakan untuk uji validitas berdasarkan Rumus Koefesien 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:

r = Koefisien Korelasi Product Momen

X = Nilai dari item (Pertanyaan)

Y = Nilai dari total item

N = Banyaknya responden atau sample penelitian

Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (Statistical Package For Social Science). Untuk menetukan valid atau tidaknya suatu data

maka akan dibandingkan nilai $r_{hitung}$ (Corrected Item Total Corelation) dengan nilai $r_{tabel}$. Kreteria penilian uji validitas, adalah :

a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikasi 5%), maka dapat dikatakan item angket tersebut valid.
b. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item angket tersebut tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah (Ibid, hal. 80). Reliabilitas memiliki berbagai nama lain, seperti keterpercayaan, kehandalan, kestabilan. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Rumus reliabilitas:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right)$$

Keterangan:

r = Reabilitas Instrumen

k = Banyakanya Butir Pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varians Butir

$\sigma t^2$ = Varians Butir

Kriteria pengujian :

a. Jika nilai realibilitas alpha ≥ 0,6 maka instrument dinyatakan realibel.

b. Jika nilai koefisien reabilitas alpha ≤ 0,6, maka instrument dinyatakan tidak realibel.

### 3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi Klasik bertujuan untuk menganalisis apabila model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model yang terbaik. Jika model adalah model yang baik, maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengentahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis. Uji asumsi klasik terdiri dari:

**a) Uji Normalitas**

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Kreteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probalitasnya. Data adalah normal, jika nilai Kolmogorov Smirnov adalah tidak signifikan (Sig (2-tailed) > α0,05).

**b) Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (Variance Inflasi Faktor/VIF, yang tidak melebihi dari 10, kedua variabel independen memiliki nili VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 10), sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam variabel independen penelitian ini.

**c) Uji Heterokedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika

variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastitas dan jika varians berbeda disebut heterokedastitas. Dasar pengembilan keputusan adalah: jika pola tertentu, sperti titik-titik (point- point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastistas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (point-point) menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastitas. Kriteria penarikan kesimpulan: tidak terjadi heterokedastitas. Kreteria penarikan kesimpulan: tidak terjadi heteroskedastitas jika nilai t dengan probabilitas Sig > 0,005.

**d) Uji Linieritas**

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan linier atau tidak dengan variabel terikat. Menurut Sugiyono jika tidak linear maka analisis regresi tidak bisa dilanjutkan.

### 3.9.3 Uji Bivariate (Korelasi Rearson)

Uji Korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Jenis hubungan antar variabel X dan Y dapat bersifat positif dan negatif.

### 3.9.4 Uji Model Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan uji regresi ganda untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, baik secara persial maupun secara simultan. Teknik analisis berganda ini dilakukan dengan bantuan software statistic yaitu SPSS 23 (Statistical product and service Solution) ( (Ardiana, 2017, hal. 54) Persamaan dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y= a+b1X1+b2X2+e$$

Keterangan :

Y = Variabel Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

X1 = Variabel Inovasi Produk

X2 = Variabel Kualitas Pelayanan

B = Koefisien Regresi (menunjukan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada hubungan nilai variabel independen

e = *Error term*

### 1.9.5 Uji One Sampel T Test

Uji one sampel t test merupakan teknik analisis untuk membadingkan satu variabel bebas. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah nilai tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel.

### 1.9.6 Pengujian Hipotesis

1) **Uji Persial (Uji t)**

Apabila penelitian bermaksud menganalisis regresi persial (sebuah variabel bebas dengsn sebuah variabel terikat), maka nilai yang digunakan untuk menguji hipotesisnya adalah "nilai t", maka dapat dilihat nilai probabilitasnya.

a. H0 : Pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah tidak signifikan.

b. Ha : Pengaruh Inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah signifikan.

Kreteria penerimaan/penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

a. Tolak H0 jika nilai probabilitas < taraf signifikan sebesar 0.05 (Sig ≤ α0,05)

b. Terima H0 jika nilai probabilitas > taraf signifikan sebesar 0.05(Sig > α0,05)

**2) Uji Simultan (Uji F)**

Untuk menganalisis apakah hipotesis diterima atau di tolak, maka dapat dilihat nilai F yakni pada nilai probabilitasnya. Hipotesisnya adalah:

a. H0 : Pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah tidak signifikan.
b. Ha : Pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah signifikan.

Kreteria penerimaan/penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

a. Terima H0 jika nilai probabilitas < taraf signifikan sebesar 0.05 (Sig <α0,05)
b. Tolak H0 jika nilai probabilitas > taraf signifikan sebesar 0.05(Sig > α0,05)

**3) Uji Determinan**

Uji determinan pada intinya mengukur ketetapan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap hasil yang diperoleh. Nilai koefesien determinasi antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunan uji determinanan adalah jumlah variabel independen yang dimasukan ke dalam model.Setiap tambahan satu variabel independen, maka pasti meningkatkan tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji koefesiensi determinasi digunakan untuk persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Tujuan dari pengujian ini untuk melihat sejauh mana kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang akan terbentuk. Uji determinan juga dilakukan untuk mengukur besar proporsi dari jumlah ragam Y yang

tertangkap oleh model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelas X terhadap ragam variabel respon Y (Ghazali, 2009, hal. 87).

Rumus untuk mengukur besarnya proporsi adalah :

$$\mathbf{D = R^2 \times 100\ \%}$$

Keterangan :

D = Koefesien Determinan

$R^2$ = Determinan

100% = Persentase Kontribusi