

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang termasuk dalam penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variable-variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis (Nurjannah & Maguni, 2021). Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, lalu pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini analisis kuantitatif digunakan untuk dapat mengetahui dan menguji apakah variabel independen yaitu kualitas pelayanan (*Service Quality*), citra merek (*Brand Image*) dan Religiusitas mempengaruhi variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan secara simultan maupun persial dengan menggunakan Regresi Linear Berganda dan menggunakan SPSS.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan setelah hasil penelitian diterima dan berlangsung selama dua bulan bertempat di BSI KC Kendari A Silondae 2.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Wiratna Sujarweni, 2015) Populasi merupakan keseluruhan anggota subjek penelitian yang memiliki kesamaan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BSI KC Kendari A Silondae 2. dan jumlah populasi yang diteliti sebesar 3.200 nasabah.

Menurut Arikunto (2010) Sampel adalah sebagian dari populasi atau sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari populasi. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dengan mempertimbangkan dana, waktu, tenaga, dan ketelitian dalam menganalisis datanya, maka penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane sebagai berikut:

$$S = \frac{P}{(P \cdot e^2) + 1}$$

Dimana :

S = Sampel

P = Populasi

E = Error atau tingkat kesalahan yang diyakini

Penelitian ini memerlukan sampel data sebanyak 97 nasabah yang akan mewakili populasi sebanyak 3200 nasabah. Tingkat kesalahan 10%. Perolehan sampel (S) minimum 97 orang dengan perhitungan

yang terdiri dari nasabah aktif BSI KC Kendari A Silondae 2 Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$S = \frac{N}{(N \cdot e^2) + 1}$$

$$S = \frac{3200}{(3200 \times 0,1^2) + 1}$$

$$S = \frac{3200}{(3200 \times 0,01) + 1}$$

$$S = \frac{3200}{(32) + 1}$$

$$S = \frac{3200}{33} = 96,9697 \text{ atau } 97$$

Setelah jumlah sampel diketahui, langkah selanjutnya adalah menentukan teknik yang digunakan untuk mengambil sampel. Dalam penelitian ini menggunakan desain sampel non probabilitas, yang menggunakan metode sampling purposive (*purposive or judgemental sampling*). Menurut (Sugiyono, 2011) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Judgmental* (pertimbangan) dilakukan apabila sampel yang dipilih harus memenuhi persyaratan tertentu sehingga mengungkapkan informasi yang dicari dalam penelitian ini. Sampel yang diambil dalam penelitian ini memiliki dua kategori yaitu sebagai nasabah BSI KC. Kendari A Silondae 2 dan juga nasabah (mahasiswa) yang berkuliah di IAIN Kendari dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nasabah aktif BSI
2. Mahasiswa aktif yang berkuliah selama 8 semester
3. Mahasiswa yang konsisten membayar UKT (Uang Kuliah Tunggal)

4. Mahasiswa penerima Beasiswa yaitu beasiswa BSI, Bidik misi dan lainnya.
5. Nasabah dengan usia 15-40 tahun

3.4 Data dan Sumber Data

Pengertian sumber data adalah informasi yang memiliki arti bagi penggunaannya. Teknik pengumpulan data merupakan alat ukur yang diperlukan dalam melaksanakan suatu penelitian. Data yang dikumpulkan dapat berupa angka-angka, keterangan tertulis, informasi lisan dan beragam fakta yang berhubungan dengan penelitian yang diteliti. Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder sebagai berikut:

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini (subyek orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Peneliti dengan data primer dapat mengumpulkan data sesuai dengan tujuan penelitian yang diinginkan, karena data yang tidak relevan dengan tujuan penelitian dapat dieliminir atau setidaknya dikurangi. Ada dua metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer, yaitu: metode survey dan metode observasi yang secara rinci. Data primer dalam penelitian ini meliputi data pernyataan responden terhadap Kualitas Layanan

(*Service Quality*), Citra Merek (*Brand Image*) dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan BSI KC. Kendari A Silondae 2

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder ini dapat diperoleh melalui literatur-literatur, jurnal penelitian sebelumnya, buku, dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Variabel dan Desain Penelitian

a. Variabel Independen (bebas)

Variabel independent merupakan sebuah sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat (Sugiyono, 2015). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yang dinyatakan dengan notasi X, berikut beberapa variabel yang digunakan sebagai variabel independen yaitu *Service Quality*(X1) dengan indikator: Tangible, Realibilitas (Kehandalan), Daya Tanggap, Jaminan dan Empati.Selanjutnya, *Brand Image* (X2) dengan Indikator: Kesan Profesional, Kesan Modern, Melayani semua segmen dan perhatian pada konsumen. Serta Religiusitas (X3) Indikatornya: Keyakinan, Praktik Agama, Pengalaman dan pengetahuan agama.

a. Variabel Dependen(terikat)

Merupakan variable yang variasi nilainya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variasi nilai variabel yang lain. Variabel dependen ini

disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsekuen atau sering disebut variabel terikat dalam bahasa Indonesia. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel akibat yang disebabkan oleh variabel bebas sebagai variabel penyebab. Variabel terikat diberi notasi “Y”. Dalam penelitian ini, variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) dengan indikator: Repeat Purchase (Pembelian ulang), Retentions (Mempertahankan), dan Refferals (Menyampaikan).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran angket yang dilakukan dengan cara menyajikan bentuk pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2015) Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka penyusun akan menggunakan teknik :

1. Kuesioner

Kuisoner, yaitu cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner ini dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat juga diberikan kepada responden secara

langsung, atau dikirim melalui pos, atau internet. Kuesioner dalam penelitian ini ditujukan kepada Nasabah BSI KC Kendari A Silondae 2.

Dari setiap jawaban responden terdapat daftar pertanyaan yang diajukan, kemudian diberi score tertentu menggunakan skala *Linkert*. Score tersebut yaitu antara 1 sampai 5 dengan ketentuan sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS)	diberi skor 5
Setuju (S)	diberi skor 4
Netral (N)	diberi skor 3
Tidak Setuju	diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi skor 1

Dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini teknik penyebaran kuesioner dilakukan dengan 2 (dua) cara. Cara pertama melakukan penyebaran angket secara langsung dengan caramenemui dan menyebarkan lembaran angket kepada nasabah BSI di kota Kendari untuk di isi. Kedua, melakukan penyebaran angket menggunakan fasilitas Google Form sehingga peneliti hanya perlu menyebarkan link google form untuk di isi oleh Nasabah BSI. Hal ini dilakukan karena jarak dan waktu yang ditempuh peneliti sehingga peneliti berinisiatif melakukan penyebaran melalui media elektronik berupa Google Form.

Dalam angka meningkatkan *respon rate* (tingkat pengembalian kuesioner) terkait dengan penyebaran kuesioner baik secara langsung, melalui media elektronik maupun melalui perantara maka peneliti memberikan waktu satu minggu dari waktu kuesioner diberikan. Setelah

satu bulan dilakukan penyebaran kuesioner peneliti mengumpulkan semua data dan melakukan rekapitulasi awal terhadap hasil kuesioner yang diteliti

2. Dokumentasi

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumentasi diperlukan untuk mencari data tentang: data jumlah karyawan dari segi pendidikan dan jumlah nasabah.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Kuantitatif

3.7.1.1 Uji Validitas

Validitas berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2014) Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (content validity) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur. Biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total. Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa program computer yaitu SPSS versi 26, dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen. Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan sebuah instrumen. Jadi reliabilitas

menunjukkan apakah instrumen tersebut konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan. (Siregar, 2017)

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam melakukan perhitungan Alpha, digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS versi 26 dengan menggunakan model Alpha. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk menguji apakah model regresi, variabel independen, dan variabel dependennya memiliki distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan uji kolmogorov-smirnov satu arah atau analisis grafis. Menurut (Santoso, 2012) dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan melihat angka probabilitasnya (Asymptotic Significance), yaitu: 1) Jika probabilitas > 0.05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.

2) Jika probabilitas < 0.05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

Normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data

normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2.2 Uji Multikolenioritas

Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi suatu model regresi yang dapat dikatakan baik atau tidak. Serta menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas, karena jika hal tersebut terjadi maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal atau terjadi kesalahan. Untuk mendeteksi apakah terjadi multikoleniaritas dapat diketahui variance inflation faktor (VIF) yang dapat dihitung melalui SPSS batas dari tolerance value adalah 0,01 dan batas VIF adalah 10, jika tolerance value dibawah 0,10 dan nilai VIF nya diatas 10 maka terjadi multikolinieritas. Uji multikoleniaritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam suatu model regresi linear berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolenioritas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai

korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol. Dalam menganalisis asumsi multikolinieritas dapat dilihat pada nilai VIF dan Tolerance dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas
- b. Jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinieritas

Selain itu :

- a. Jika nilai $Tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi Multikolinieritas
- b. Jika nilai $Tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi Multikolinieritas

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi stisklasik heteroskedastisitas, penyimpangan asumsi stisklasik heteroskedastisitas disini adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu persamaan regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik scatterplot regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar diatas dan di bawah sumbu Y. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varianve dari residual suatu pengamatan ke pengamatan tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda di sebut heteroskedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili

berbagai ukuran (besar, sedang dan kecil). Dalam uji heteroskedastisitas dapat dilihat melalui nilai signifikansi dengan dasar keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi Heteroskedastisitas
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi Heteroskedastisitas

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi ini digunakan untuk menganalisa data yang bersifat multivariate. Analisa ini dipergunakan dalam meramalkan nilai variabel dependen (Y), dengan variabel independen yang lebih dari satu (minimal dua), sehingga analisa regresi berganda sering disebut juga analisa multivariate, karena variabel yang mempengaruhi anak turunya variabel dependen (Y) lebih dari satu variabel independen (X). Sehingga regresi berganda ini lebih real dengan kenyataan dilapangan, bahwa suatu hal pasti dipengaruhi oleh banyak hal. Sedangkan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara beberapa variabel independen (X1, X2, X3...) mempengaruhi variabel dependen (Y) dapat dilakukan uji statistik. Persamaan regresi berganda dapat berupa sebagai berikut (Suyono, 2012):

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + \varepsilon$$

Dimana :

Y : Loyalitas Pelanggan

a : Konstanta dari persamaan regresi

B₁ : Koefisien dari variabel independen X₁ (*Service Quality*)

B_2 : Koefisien dari variabel independen X_2 (*Brand Image*)

B_3 : Koefisien dari variabel independen X_3 (Religiusitas)

X_1 : *Service Quality*

X_2 : *Brand Image*

X_3 : Religiusitas

ε : Residual atau prediction error.

3.7.4 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi yang kecil mengindikasikan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 nilai adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji T

Uji T adalah uji hipotesis yang menggunakan distribusi T. Uji T digunakan untuk menguji signifikan secara parsial pengaruh variabel independen (bebas) yaitu persepsi *Service Quality* (X1), *Brand Image* (X2) dan Religiusitas (X3) terhadap variabel dependen (terikat) yaitu terhadap variabel dependen (terikat) yaitu Loyalitas Pelanggan (Y). Pada penelitian ini uji T dilakukan menggunakan uji dua sisi dan digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan 2 dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $\leq 0,05$, maka H1 diterima maka H1 diterima dan H0 ditolak artinya *Service Quality*, *Brand Image* Religiusitas berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.
- b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$, maka H1 ditolak dan H0 diterima, artinya *Service Quality* (X1), *Brand Image*(X2) dan Religiusitas (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

3.7.5.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara *Service Quality*, *Brand Image*, dan Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan BSI KC. Kendari A Silondae 2.

- a. H0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel} \Rightarrow$ Tidak ada pengaruh yang signifikan *Service Quality*, *Brand Image*, dan Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan BSI KC Kendari A Silondae 2

- b. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel} \Rightarrow$ ada pengaruh yang signifikan antara *Service Quality*, *Brand Image*, dan Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan BSI KC Kendari A Silondae 2

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket.

