

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data kongkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2008;12-13).

3.2 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang diambil yaitu berada di daerah Gresik dengan pengambilan sampel berada pada Bank Syari'ah Amanah Sejahtera Jl. Kalimantan No 107 GKB Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2008:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB Gresik.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2008;116). Wallen (dalam Hidayat 2004:105) menyarankan besar sampel minimum sebanyak 100 sampel. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 100. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB Gresik.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini *Non Probability Sampling* yaitu *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. sumber data (Sugiyono, 2008;122), kriteria yang dijadikan sampel adalah nasabah Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB Gresik.

3.4 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Identifikasi Variabel

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan, maka variabel yang dianalisis dan dioperasionalkan terdiri dari dua macam yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain
 - a. Kepercayaan (X1)
 - b. Komunikasi (X2)
2. Variabel Terikat atau Customer Relationship Managemen (Y) dan Loyalitas Nasabah (Z).

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel peneliti merupakan suatu atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Sugiyono, 2008;58). Ada dua variabel peneliti yaitu;

1. Variabel Independen

Variabel indenpenden merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2008;59).

Variabel penelitian ini adalah:

a. Kepercayaan (X1)

Kepercayaan adalah ketersediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain dengan resiko tertentu. Kepercayaan ada jika para pelanggan percaya bahwa penyedia layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai nilai tinggi dimata masyarakat. Indikator-indikator kepercayaan yaitu:

- 1). Keamanan.
- 2). Keandalan.
- 3). berkualitas.
- 4). Rasa hormat.
- 5). Kewajiban.

b. Komunikasi (X2)

Komunikasi adalah proses yang digunakan pelanggan dan organisasi pemasaran untuk saling menukar informasi guna mencapai pengertian bersama. Karena dengan adanya informasi perusahaan akan mengetahui apa

yang diinginkan pelanggan dan apa yang tidak diinginkan, dan sebaliknya pelanggan akan mengetahui informasi produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Indikator – indikator komunikasi yaitu:

- 1). Informasi tepat waktu.
- 2). Menyediakan informasi ketika ada layanan baru.
- 3). Akurat.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel dependen adalah : *Customer Relationship Managemen* (Y) dan Loyalitas Nasabah (Z).

a. *Customer Relationship Managemen* (CRM) (Y)

Customer Relationship Managemen adalah strategi pendekatan pelanggan dengan melalui proses identifikasi, perekrutan, menjaga dan mengelola hubungan pelanggan dengan baik untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah konsumen dan untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang diberikan perusahaan. Sehingga menjadi hubungan seumur hidup yang menguntungkan. Indikator-indikator *Customer Relationship Managemen* adalah:

- 1) Memulai hubungan.
- 2) Mengembangkan hubungan.
- 3) Menjaga atau memelihara hubungan.
- 4) Umpan balik.

5) Presepsi.

b. Loyalitas Nasabah (Z)

Loyalitas Nasabah adalah nasabah melakukan transaksi berulang secara teratur, tidak tertarik dengan produk menarik dari pesaing dan nasabah juga mendorong orang lain untuk menggunakan atau membeli produk yang sama.

Indikator-indikator Loyalitas nasabah adalah:

- 1) pilihan pertama.
- 2) Selalu mengingat.
- 3) Memberi tau atau mengajak orang lain
- 4) menjaga nama baik.
- 5) Tidak tertarik dengan produk pesaing.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Peneliti ini menggunakan jenis data kualitatif yang dikuantifikasi, yaitu yang merupakan data dalam bentuk angka yang didapat dari hasil skoring atas jawaban kuesioner yang diberikan kepada responden sebagai sampel dalam peneliti mengenai tentang pengaruh kepercayaan dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah melalui *customer relationship management (CRM)* pada bank syariah amanah sejahtera GKB Gresik.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti adalah data primer. sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data (Sugiyono,

2008;193). Adapun data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data mengenai jawaban responden atas penyebaran kuisisioner loyalitas pelanggan tentang CRM, Kepercayaan dan Komunikasi pada Bank Syariah Amanah Sejahtera GKB Gresik.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Instrumen atau alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisisioner. Kuisisioner, yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan jawaban dari daftar pertanyaan melalui penyebaran kuisisioner pada responden untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian dan tanggapan responden. Untuk teknik pengambilan data berupa kuisisioner akan menghasilkan data identitas responden sesuai hasil survey lapangan tersebut merupakan bahan untuk analisa penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2008:132) dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Linkert yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Skala Likert 5-1 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju(S)
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu (RG)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)

5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* (r) dengan nilai hitung kritisnya, dimana r dapat diperoleh dengan rumus (Sugiyono, 2005:212) sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

N = Banyaknya variabel
X = Skor item x
Y = Skor item y

Jika r hitung > dari r table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dalam uji validitas ini suatu butir pertanyaan atau variabel dinyatakan valid jika r hasil > r table (Santoso,2001;280).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan hasil jawaban suatu pertanyaan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Imam Ghozali dalam Made Novandri, 2010;34). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Nunnaly dalam Ghozali, 2002;42).

1.8 Uji Normalitas

Menurut Wibowo (2012:61) uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residu(perbedaan) yang diteliti memiliki distribusi yang normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Wibowo (2012:69) Untuk lebih meyakinkan lagi bahwa data benar-benar memiliki distribusi normal ada baiknya perlu diuji lagi dengan

menggunakan uji *chi square* atau *Kolmogrov – Smirnov*. Hal ini dilakukan untuk menghindari keputusan yang bisa jadi memnyesatkan jika hanya dilakukan dengan melihat grafik. Dan tingkat signifikan *Kolmogrov-Smirnov* > 5% (0,05).

1.9 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel–variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal ialah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol (Ghozali,2001;91). Multikoleniaritas dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka regresi bebas dari multikoleniaritas.

1.10 Teknik Analisis Data

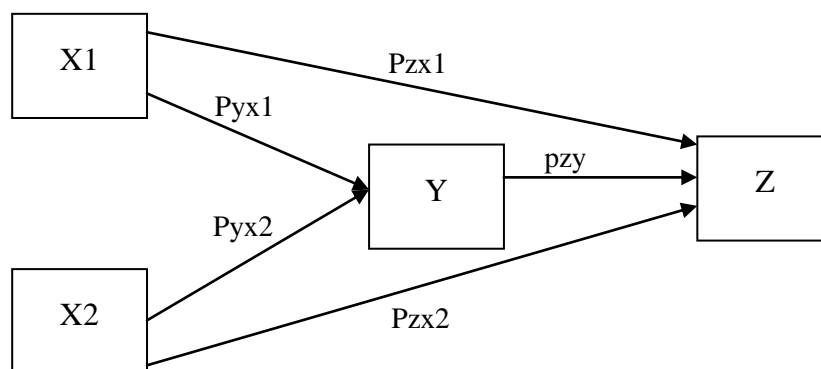
Teknik analisis data yang digunakan adalah *Path Analysis*. *Path Analysis* ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung. (Robert D. Retherford 1993) dalam bukunya (Sarwono,2012;17)

Sarwono (2012;18) menyatakan bahwa tujuan dari *Path Analysis* adalah :

1. Melihat hubungan antar variabel dengan didasarkan pada model apriori.
2. Menerangkan mengapa variabel-variabel berkorelasi dengan menggunakan suatu model yang berurutan secara temporer.

3. Menggambar dan menguji suatu model matematis dengan persamaan yang mendasarinya.
4. Mengidentifikasi jalur penyebab suatu variabel tertentu terhadap variabel lain yang dipengaruhinya.
5. Menghitung besarnya pengaruh satu variabel independen exogenous atau lebih terhadap variabel dependen endogenous lainnya.

Analisis jalur yang peneliti gunakan adalah analisis Model mediasi melalui variabel perantara. Model digambarkan sebagai berikut:



$$Y = PYX1 + PYX2 + e1$$

$$Z = PZX1 + PZX2 + PZY + e2$$

Keterangan :

Y : CRM

Z : Loyalitas Nasabah

X1 : Kepercayaan

X2 : Komunikasi

P : Koefisien Regresi

e : error

1.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan agar dapat diketahui apakah diantara variabel ada yang mempunyai pengaruh harus dilakukan pengujian Hipotesis. Ketepatan fungsi

regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *Goodness of Fit* (keselarasannya). Apun hipotesis yang digunakan adalah **Uji t**.

Uji t digunakan untuk menguji perbandingan dua rata-rata sampel yang berpasangan (Priyatno, 2012:41) atau biasa juga disebut pengujian koefisien regresi secara parsial atau sendiri – sendiri dengan menentukan formula statistic yang akan diuji, dengan hipotesa: $H_0: b_1, b_2 = 0$, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. $H_1: b_1, b_2 \neq 0$, artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi $\alpha = 5\%:2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (Priyanto 2009;85).

1. Rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{\text{Se}(b_i)} \text{ (Djarwanto, 2001;95)}$$

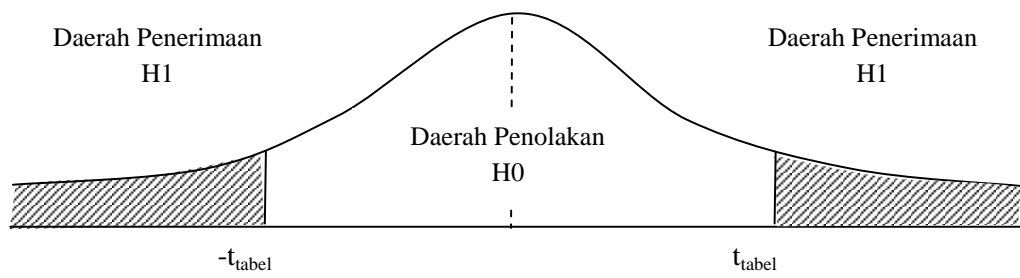
Keterangan :

β_1 = Koefisien Regresi

Se = standar error

2. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{table}} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Jadi itu berarti terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial.
- b. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{table}} = H_0$ diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial.



Gambar 3.1
Kurva Distribusi Penolakan / Penerimaan Hipotesis Secara Parsial