

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu untuk melihat apakah kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas nasabah pada BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar Raya Padang. Maka jenis penelitian yang dilakukan termasuk penelitian kausatif. Penelitian kausal adalah untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat.<sup>1</sup>

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di BMT Taqwa Muhammadiyah Cabang Pasar Raya Padang, yang membahas tentang pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di BMT tersebut. Penelitian dilakukan dari bulan Januari 2018 sampai Februari 2018.

#### **C. Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Data Primer**

Data yang diperoleh berdasarkan hasil kuesioner yang diajukan kepada responden dimana dalam penelitian ini yang dijadikan responden

---

<sup>1</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 84

adalah nasabah BMT.<sup>2</sup> Menurut Husein Umar data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber pertama baik dari individu atau kelompok seperti hasil penyebaran angket serta wawancara yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>3</sup> Data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai dasar untuk menuji hipotesis adalah data yang diperoleh langsung dari subjek yang diteliti. Data ini diperoleh dari hasil penyebaran angket dan wawancara kepada pihak yang menjadi nasabah.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain misalnya dalam bentuk tabel atau diagram.<sup>4</sup> Data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>5</sup> Menurut Ferdinand, populasi didefinisikan sebagai gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang

---

<sup>2</sup> Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 128.

<sup>3</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 42

<sup>4</sup>A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 42

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.115

yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti. Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan bahwa yang akan di uji, yang mempengaruhi loyalitas nasabah BMT Cabang Pasar Raya Padang. Populasi dari penelitian yang akan diteliti ini adalah nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar Raya Padang yang berjumlah 7.168 orang nasabah pada tahun 2016.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap cepat mewakili dari keseluruhan populasi. Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam hal ini subyek diambil karena dalam kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut dengan sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah beberapa nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar Raya Padang.

Menurut Arikunto (2010), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi jumlah subjeknya besar dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Merujuk pada pendapat Arikunto maka dalam pengambilan sampel ini dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Batasan Penelitian yang diinginkan

Jumlah populasinya 7.168 nasabah dan batasan penelitian yang diinginkan 10%, maka perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{7168}{1 + 7168(10\%)^2} \\ &= \frac{7168}{7169(0,1)^2} = \frac{7168}{71,69} = 99,98 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan menunjukkan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 99,98 nasabah. Untuk kepentingan penelitian, maka jumlah sampel yang diambil yaitu 100 orang nasabah.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah :

##### 1. Angket (kuesioner)

Angket/kuesioner yaitu metode dengan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang hal-hal yang diketahuinya. Atau teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar tersebut.<sup>6</sup> Jumlah pertanyaan yang ada

---

<sup>6</sup>Husein Umar, *Op.Cit*, hlm. 49

diambil dari masing-masing variabel, baik variabel independen maupun variabel dependen.

Skala yang dipakai dalam penusunan kuesioner ini adalah skala *Likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
  - b. Setuju (S) diberi skor 4
  - c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
  - d. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
  - e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1
2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung.<sup>7</sup>

## **F. Definisi Operasional**

Adapun variabel penelitian dan definisi operasional di jelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Eksogen (variabel bebas)

---

<sup>7</sup> A. Muri Yusuf, *Op.Cit*,hlm.372

Variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan yang dilambangkan dengan X1, dan kualitas produk yang dilambangkan dengan X2.

a. Kualitas layanan ( $X_1$ ) merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan baik yang tampak jelas maupun yang tersembunyi. Indikator kualitas layanan adalah sebagai berikut:

- a) *Tangibles*/bukti langsung, merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Sub indikatornya antara lain: kondisi gedung, letak gedung, penampilan petugas dan pengaturan tata ruang.
- b) *Reliability*/keandalan, kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketetapan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik dan lain sebagainya. Sub indikatornya adalah: kecermatan, keterampilan, ketepatan layanan, dan kesiapan.
- c) *Responsiveness*/ketanggapan, merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti. Sub indikatornya antara lain: pemberian informasi, kecepatan layanan, dan ketanggapan dalam melayani.
- d) *Assurance*/jaminan, merupakan jaminan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan

pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Sub indikatornya antara lain: ketepatan waktu, prestasi dan repulasi.

- e) *Empathy*/empati yaitu memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan, untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik. Sub indikatornya antara lain: perhatian, sikap, kemampuan, dan kesopanan.

Pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*, yaitu skala yang memiliki lima tingkat jawaban alternatif, yaitu:

- 1) STS= Sangat tidak setuju
- 2) TS= Sangat setuju
- 3) KS= Kurang Setuju
- 4) S= Setuju
- 5) SS= Sangat setuju

- b. Kualitas Produk ( $X_2$ ) totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Indikator kualitas produk adalah sebagai berikut :

- 1) *Performance* (kinerja), meliputi kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan. Sub indikatornya antara lain: produk yang ditawarkan memiliki kinerja dan tahan lama.

- 2) *Reliability* (keandalan), meliputi standar karakteristik operasional. Sub indikatornya antara lain: produk yang ditawarkan memiliki keistimewaan dibandingkan dengan produk BMT lain.
- 3) *Conformance* (kesesuaian), meliputi pengawasan kualitas. Sub indikatornya antara lain: produk yang ditawarkan sesuai dengan spesifikasi BMT.
- 4) *Durability* yaitu berupa daya tahan produk yang dipakai. Sub indikatornya antara lain: produk yang ditawarkan memiliki daya tarik bagi nasabahnya.
- 5) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*)

Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya

Pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*, yaitu skala yang memiliki lima tingkat jawaban alternatif, yaitu:

- 1) STS= Sangat tidak setuju
- 2) TS= Tidak setuju
- 3) KS= Kurang Setuju
- 4) S= Setuju
- 5) SSS= Sangat setuju.



## 2. Variabel Intervening

Variabel *Intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela antara variabel eksogen dan endogen. Sehingga variabel tidak langsung dapat mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen. Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah: kepuasan nasabah. Dengan indikator sebagai berikut yang dikembangkan oleh Lena Elitan tahun 1999: keluhan teratasi, perasaan puas, dan kesesuaian dengan harapan.

## 3. Variabel Endogen (variabel terikat)

Variabel ini disebut juga dengan variabel terikat yaitu variabel yang menjadi pusat perhatian dalam peneliti karena variabel ini yang akan menjadi akibat dari adanya variabel eksogen. Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah yang dilambangkan dengan Y.

Loyalitas Nasabah (Y) adalah pembelian ulang yang dilakukan terus menerus dari produk atau jasa yang sama sebagai bentuk kepuasan konsumen terhadap merek atau jasa, dapat juga disebut kualitas merek, loyalitas merek yang diartikan sebagai sikap positif seorang konsumen terhadap produk atau jasa. (Fajrianti dan Farrah). Konsumen memiliki keinginan yang kuat untuk membeli ulang produk atau jasa yang sama pada saat sekarang ataupun yang akan datang. Indikator loyalitas adalah:

- a) Frekuensi kunjungan, dengan sub indikator antara lain: sering datang ke BMT dan sering menggunakan jasa BMT.
- b) Tidak mudah beralih, dengan sub indikator antar lain: tidak terpengaruh serta konsisten dalam memilih BMT.
- c) Melakukan promosi dari mulut ke mulut, dengan sub indikator antara lain: melakukan promosi dari mulut ke mulut dan menyarankan orang lain untuk datang ke BMT.
- d) Menyampaikan keluhan, dengan sub indikator antara lain: menyampaikan keluhan, informasi, ide dan saran.
- e) Melakukan pembelaan dengan sub indikator antara lain: menyampaikan hal positif kepada orang lain dan melakukan pembelaan.

Pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*, yaitu skala yang memiliki lima tingkat jawaban alternatif, yaitu:

- a. STS= Sangat tidak setuju
- b. TS= Tidak setuju
- c. KS= Kurang Setuju
- d. S= Setuju
- e. SSS= Sangat setuju.<sup>8</sup>

## G. Pengujian Instrumen

Adapun alat analisis yang digunakan terhadap pengujian instrumen sebagai berikut:

---

<sup>8</sup>Rahmat Yuli Setiawan, *Op.Cit*

## 1. Uji validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur Priyatno. Uji validitas adalah uji analisis yang bertujuan untuk melihat seberapa kuat variabel-variabel yang diukur dengan variabel lain. Validitas menggambarkan bahwa pernyataan yang digunakan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur (valid).<sup>9</sup> Data dikatakan valid, jika pertanyaan pada angket mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam angket diuji terhadap faktor terkait. Dari proses analisis dengan korelasi *product moment*, maka instrumen dinyatakan valid jika nilai *corrected item correlation* (r) lebih besar dari 0,3739. Dari print out SPSS yang dilihat adalah *Corrected Item - Total Correlation*.<sup>10</sup> Untuk menguji validitas instrumen digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :

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

Dimana :

r = Koefisien korelasi suatu item dengan nilai item total

$\sum X$  = Jumlah skor setiap item

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y$  = Jumlah skor seluruh item

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor seluruh item

---

<sup>9</sup>Idris, *Aplikasi Model Data Kuantitatif Dengan Program SPSS*, (Padang : Universitas Negeri Padang, 2012), hlm. 8

<sup>10</sup>*Ibid*, hlm. 8

$\sum XY$  = Jumlah hasil kali skor seluruh item

N = Jumlah responden

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya ukuran dalam penggunaannya. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, atau jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur dengan alat pengukuran yang dipakai. Sedangkan untuk mengukur koefisien keandalan (*reliability*) kuesioner digunakan rumus *Croanbach alpa*, yaitu :<sup>11</sup>

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

keterangan:

|                   |                           |
|-------------------|---------------------------|
| $r_{11}$          | = reabilitas instrument   |
| k                 | = banyak butir pertanyaan |
| $\sum \sigma b^2$ | = jumlah varians          |
| $\sigma^2 t$      | = varians total           |

Tingkat reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* diukur berdasarkan skala alpha 0,6 (nol koma enam) menuju 1 (satu).

---

<sup>11</sup>Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 196

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam menginterpretasikan data-data temuan dari hasil penelitian guna menjawab pertanyaan yang ada adalah sebagai berikut :

### 1. Uji Normalitas

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data, pada sumbu diagonal pada grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogrov-Smirnov*, yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , berarti distribusi data dinyatakan normal, dan begitu sebaliknya.<sup>12</sup>

### 2. Uji Analisis Jalur

Untuk menganalisis data digunakan metode analisis jalur. Analisis ini merupakan pengembangan dari analisis regresi, sehingga analisis regresi dapat dikatakan sebagai bentuk khusus dari analisis jalur (*regression is special case of path analysis*).

Analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (bukan bentuk hubungan antar interaktif/*reciprocal*). Dengan demikian dalam model hubungan antar variabel tersebut, terdapat variabel independen yang dalam hal ini disebut variabel eksogen (*exogenous*), dan variabel dependen yang disebut variabel endogen (*endogenous*). Melalui analisis jalur ini akan

---

<sup>12</sup> Idris, *Op.Cit*, hlm.81

dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat suatu variabel eksogen menuju variabel endogen yang terakhir.<sup>13</sup>

Secara umum tahapan analisis jalur dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

a. Model Analisis Jalur

Analisis jalur adalah alat analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis pola hubungan kausal antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung, baik secara serempak maupun secara sendiri-sendiri beberapa variabel penyebab terhadap sebuah variabel akibat.

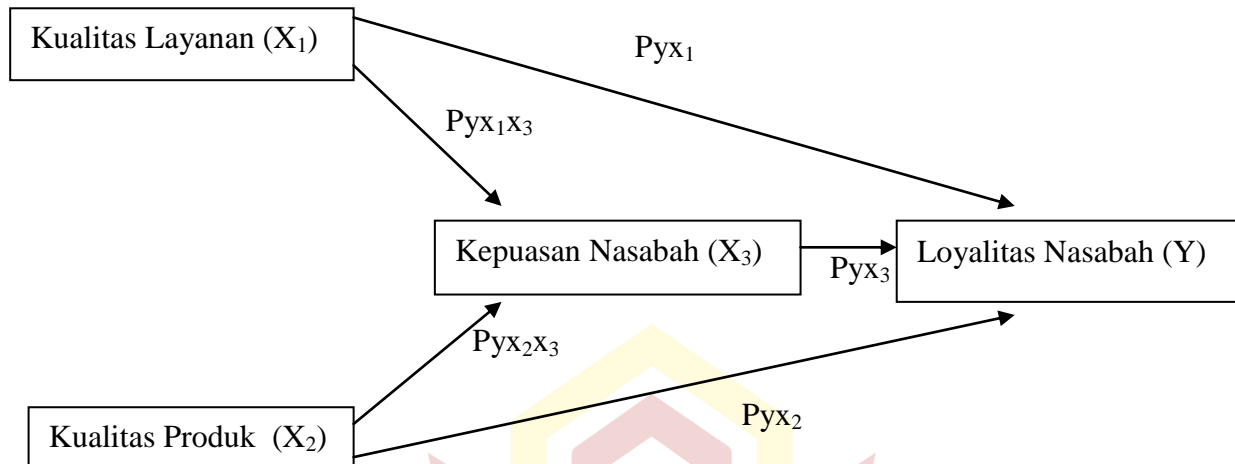
Pada saat melakukan analisis jalur atau *path analysis* terlebih dahulu dilakukan pembentukan jalur yang dapat dilihat dari akar kuadrat yang terbentuk dari nilai Koefisien Determinasi (R-Square). Setelah tahapan tersebut dilakukan masing masing variabel yang dibentuk kedalam analisis jalur harus memiliki pengaruh langsung yang signifikan dengan variabel endogen. Jika salah satu variabel yang diuji tidak memenuhi syarat maka variabel tersebut di eliminasi dari pengujian analisis jalur.

Pada penelitian ini analisis jalur digunakan yaitu untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pada nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 297

Raya Padang. Model penelitian yang dapat dijadikan pedoman analisis jalur adalah :



**Gambar 3.1 Model Analisis Jalur**

Dari bagan analisis jalur diatas maka dapat diturunkan menjadi sub struktur dalam melakukan analisis jalur:

Keterangan:

X<sub>1</sub>: Kualitas Layanan

X<sub>2</sub>: Kualitas Produk

Y: Loyalitas Nasabah

$P_{yX_1}$  = Koefisien jalur variabel kualitas layanan (X<sub>1</sub>) terhadap loyalitas nasabah (Y), menggambarkan besarnya pengaruh langsung dari kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah (Y)

$P_{yX_1X_3}$  = Koefisien jalur variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ), menggambarkan besarnya pengaruh tidak langsung dari kualitas layanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ )

$P_{yX_2}$  = Koefisien jalur variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ), menggambarkan besarnya pengaruh langsung dari kualitas produk terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ).

$P_{yX_2X_3}$  = Koefisien jalur variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ), menggambarkan besarnya pengaruh tidak langsung dari kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ).

b. Menentukan Koefisien Jalur

Menentukan koefisien jalur, yaitu besarnya pengaruh variabel penyebab dan variabel akibat dengan menghitung koefisien jalur, dengan

rumus:

$$P_{yxi} = b_{yxi} \sqrt{\frac{\sum_{h=1}^n X^2_{ih}}{n} \frac{\sum_{h=1}^n Y^2_h}{n}} \quad ; i = 1 \text{ dan } 2$$

Keterangan:

$P_{yxi}$  = Koefisien jalur dari variabel  $X_i$  terhadap  $Y$

$b_{yxi}$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_i$  terhadap  $Y$



selanjutnya ditentukan besarnya pengaruh variabel lain terhadap variabel dependen dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{ye} = \sqrt{1 - R^2_{Y_{X_1 X_2}}}$$

Dimana:

$R^2_{Y_{X_1 X_2}}$  = koefisien yang menyatakan determinasi total dari semua variabel penyebab terhadap variabel akibat.

### 3. Uji Hipotesis

#### 1. Uji F (F-test)

Untuk mengukur keberhasilan variabel bebas terhadap variabel terikat, pada output SPSS uji simultan dengan *F-test* ini dapat dilihat tabel ANOVA, yaitu jika *P-value* (pada kolom sig) < dari *level of significant* yang ditentukan, atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , berarti variabel ini eksogen, dan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen, kriterianya sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel} (0,05)$  maka variabel layak diuji
- b. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel} (0,05)$  maka variabel tidak layak diuji

#### 2. Uji t (t-tes)

Uji t digunakan untuk melihat signifikan konstanta dan signifikan setiap variabel independen. Kriteria dan uji hipotesis adalah:

- a. Jika  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  atau jika  $\alpha < 0,05$  maka hipotesis diterima.
- b. Jika  $t_{hitung} <$  dari  $t_{tabel}$  atau jika  $\alpha > 0,05$  maka hipotesis ditolak.



UIN IMAM BONJOL  
PADANG