

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan judul yang akan diteliti oleh penulis yaitu studi kasus mengenai “*Pengaruh Customer Experience, Word Of Mouth, Dan Kepercayaan Pada Byond by BSI Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pada Masyarakat Kota Padang*”. Maka, jenis penelitian yang akan digunakan penulis yaitu menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sebuah metode yang berlandaskan pada prinsip filsafat positivisme, yang diterapkan dalam penelitian terhadap populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dan diakhiri dengan gambaran serta pengujian hipotesis yang telah ditentukan.⁷⁰ Dengan menggunakan metode ini diharapkan dapat membedakan signifikansi hubungan antar variabel dengan teliti.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Waktu pelaksanaan penelitian akan dimulai setelah seminar proposal dan diperolehnya izin dari dosen pembimbing, serta akan berlangsung hingga seluruh tahapan penelitian dinyatakan selesai.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017).

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek dan objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷¹ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat kota padang yang telah menggunakan aplikasi BYOND by BSI.

2. Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian. Sampel umumnya didefinisikan sebagai sekelompok individu dari suatu populasi yang akan diteliti oleh peneliti. Penentuan sampel ini sangat bergantung pada adanya karakteristik yang dianggap sama dengan karakteristik subjek yang diharapkan dalam penelitian. Dengan kata lain, hal ini dapat diartikan sebagai salah satu komponen dari populasi.⁷²

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, rumus Lemeshow merupakan sebuah rumus yang digunakan ketika jumlah

⁷¹ Marhawati, dkk. *Statistika Terapan*. Sukoharjo: Tahta Media Group. 2022, cet. 1, 91.

⁷² M.Si Dr. Erik Saut H Hutahaeen, S.Psi. and Tiara Anggita Perdini S.Psi, *Metode Penelitian Kuantitatif: Untuk Mahasiswa Psikologi*, 2023.

populasi tidak diketahui.⁷³

Berikut rumusnya:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai z pada tingkat kepercayaan 90% = 1,64

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = Sampling error 10%

Hasil perhitungan meliputi:

$$n = \frac{1,64^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{2,689 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,672}{0,01}$$

$$n = 67,2$$

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 67 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak

⁷³ Muhammad Haiqal Setiawan, Rachman Komarudin, dan Desiana Nur Kholifah, *Pengaruh Kepercayaan, Tampilan dan Promosi terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace*, Jurnal Infotech 4, no. 2 (2022): 141

memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, dengan jenis *accidental sampling* di mana teknik sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷⁴ Dimana teknik sampel ini peneliti bertemu dengan siapa saja dapat dijadikan responden, selama individu tersebut memenuhi kriteria, yaitu masyarakat kota padang yang menggunakan BYOND by BSI.

D. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber aslinya dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner kemudian diisi oleh responden yaitu masyarakat kota padang yang menggunakan BYOND by BSI.

E. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner (angket). Dimana kuesioner berisi daftar pertanyaan dengan pilihan jawaban yang telah disediakan kemudian didistribusikan kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala

⁷⁴ Nidia Suryani, Risnita, dan M. Syahrani Jailani, *Konsep Populasi dan Sampling serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*, IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam 1, no. 2 (2023): 24–36, <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>.

penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat responden.

F. Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu *customer experience* (X1), *word of mouth* (X2), dan kepercayaan (X3).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y).

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Referensi
1	<i>Customer Experience</i> (X1)	<i>Customer experience</i> (pengalaman pelanggan) Merupakan hasil kombinasi dari persepsi emosional	1. <i>Sense</i> (Indera) 2. <i>Feel</i> (Rasa) 3. <i>Think</i> (Berpikir) 4. <i>Act</i> (Tindakan) 5. <i>Relate</i> (Hubungan)	Mega Hernawan and Cundo Harimurti, (2022) <i>Jurnal Administrasi Bisnis</i> 2, no. 1, 61–77.

		maupun rasional pelanggan yang terjadi saat berinteraksi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam konteks bisnis.⁷⁵		
2	<i>Word of Mouth</i> (X2)	<i>Word of mouth</i> adalah bentuk komunikasi yang biasanya dilakukan oleh seseorang setelah melakukan pembelian, pengalaman yang	1. Membicarakan (<i>Talking</i>) 2. Merekomendasikan (<i>Recommendation</i>) 3. Menjual (<i>Selling</i>)	Essy Uffandi, (2023) <i>Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)</i> 5, no. 1, 62–69,

⁷⁵ Zare dan Mahmoudi, *The Effects of the Online Customer Experience* h.208

		dialaminya kemudian diceritakan kepada individu atau kelompok lain. ⁷⁶		
3	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan adalah kesiapan untuk menerima risiko dari orang lain, didasarkan pada keyakinan bahwa mereka akan bertindak sesuai dengan harapan kita, meskipun belum memiliki hubungan	1. Keyakinan 2. Kemampuan 3. Kejujuran 4. Keterbukaan	Astuti, Yulia Widi, et al. (2020) <i>Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)</i> 19, no. 3, 134–158

⁷⁶ A. Wibowo et al., *Komunikasi Word Of Mouth*, h.619.

		yang dekat. ⁷⁷		
4	Loyalitas Nasabah (Y)	loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai sebuah komitmen untuk terus- menerus membeli produk atau layanan. ⁷⁸	1. Melakukan pembelian berulang 2. Membeli antar lini produk dan jasa 3. Merekomenda sikan produk kepada orang lain 4. Menunjukkan kekebalan akan daya tarik dari pesaing	Sarimuda, (2022) <i>Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan</i> 11, no. 01, 132–146

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian atau perangkat pengumpul data adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, atau mengukur variabel dalam suatu penelitian.⁷⁹ Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dengan menggunakan skala likert. Skala Likert adalah sebuah skala psikometrik yang sering dipakai dalam kuesioner dan merupakan

⁷⁷ Ledesman, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking*

⁷⁸ Chiguvi, Douglas, and Paul T Guruwo. *Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty*

⁷⁹ Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), 57.

skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Berikut ini lima tingkatan penilaian skala likert:

Tabel 3.2
Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian adalah bagian dari proses pengujian data yang dilakukan setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data. Kemudian mengolahnya dan menampilkannya dalam bentuk tabel, grafik dan lalu dibuat analisis agar dapat ditarik kesimpulannya. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS. SPSS (*Statistical Package For The Social Sciences*) yaitu software yang berfungsi untuk menganalisis data serta melakukan perhitungan secara statistik baik paramatic maupun non paramatic dengan basis windows.

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai kevalidan atau keabsahan dari sebuah kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan-pertanyaannya mampu mengungkapkan sesuatu yang ingin diukur oleh kuesioner itu.⁸⁰ Validitas merupakan ukuran seberapa tepat kuesioner yang telah disebarkan dan seberapa baik alat ukur tersebut dapat menilai apa yang seharusnya dinilai. Proses pengujian validitas ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel maka dikatakan valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka dikatakan tidak valid.⁸¹

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk memeriksa konsistensi data selama periode tertentu yaitu untuk menentukan seberapa jauh pengukuran digunakan. Uji reliabilitas ini adalah sebuah metode untuk mengukur kuesioner sebagai indikator yang telah dirancang. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai

⁸⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 51.

⁸¹ Ibid., 52.

cronbach alpha $> 0,7$ maka dikatakan reliabel. Namun, jika cronbach alpha $< 0,7$ maka dikatakan tidak reliabel.⁸²

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menentukan apakah dalam model regresi, variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) dan variabel independen (variabel yang mempengaruhi) memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Hal ini karena model regresi yang baik seharusnya memiliki distribusi data yang normal atau setidaknya mendekati normal.

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang sudah dikumpulkan memiliki distribusi normal atau berasal dari populasi yang normal. Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk melakukan pengujian ini. Pedoman berikut digunakan untuk menentukan normalitas:⁸³

1. Signifikansi uji (α) = 0,05
2. Jika Sig $> \alpha$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
3. Jika Sig $< \alpha$, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

⁸² Ibid., 45.

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 29

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengecek apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel-variabel independen. Uji asumsi klasik untuk multikolinearitas hanya dapat dilaksanakan jika ada lebih dari satu variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.⁸⁴ Untuk mengevaluasi apakah terdapat multikolinearitas antar variabel, kita perlu memperhatikan nilai dari variance inflation factor (VIF). langkah pengambilan keputusan:⁸⁵

1. $VIF > 5$, maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas.
2. $VIF < 5$, maka tidak terdapat multikolinearitas.
3. $Tolerance < 0,1$, maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas.
4. $Tolerance > 0,1$, maka tidak terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang sesuai dengan kriteria adalah yang menunjukkan kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap disebut

⁸⁴ Edi Prasetyo dan Ayu Lestari, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 12, no. 1 (2022)

⁸⁵ Firdaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistic Version 26.0*. Riau: Dotplus Publisher. (2021), 226

homoskedastisitas. Sementara itu jika variansnya berbeda, istilah yang digunakan adalah heteroskedastisitas. Dasar analisis yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas sebagai berikut :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Umar bahwa “Regresi Linear Berganda merupakan data pengamatan biasanya tidak hanya disebabkan oleh satu variabel melainkan oleh beberapa atau bahkan banyak variabel”.⁸⁶ Dijelaskan dalam model linear sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas nasabah

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi variabel independen

⁸⁶ D. H. Umar, *Pelatihan Metodologi Penelitian* (Bogor: Modul, 2012).

$X_1 = \text{Customer experience}$

$X_2 = \text{Word of mouth}$

$X_3 = \text{Kepercayaan}$

$e = \text{Error}$

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Tujuan uji t adalah untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial dari masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel Y). Dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:⁸⁷

1. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, maka hipotesis diterima atau berpengaruh.

Sedangkan jika nilai $\text{sig} > 0,05$, maka hipotesis ditolak atau tidak berpengaruh.

2. Jika nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka hipotesis diterima atau berpengaruh. Sedangkan jika nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka hipotesis ditolak atau tidak berpengaruh.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan yang bertujuan mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara simultan terhadap

⁸⁷ Hironymus G dan Hantono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS* (Medan: PT. Penerbit Mitra Grup, 2020), 177.

variabel dependen. Jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Kriteria pengambilan keputusan:⁸⁸

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak (signifikan)
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima (tidak signifikan)

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai (R^2) yaitu antara nol dan satu. Jika nilai (R^2) hampir satu, artinya semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai (R^2) mendekati nol, artinya semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.⁸⁹

⁸⁸ Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan* (Bogor: IPB Press, 2018), 148–149.

⁸⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 97.