

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan strategi asosiatif, yang merupakan strategi penelitian yang bersifat menanyakan hubungan pada dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2020:65). Dimana dari hasil studi tersebut diharapkan dapat dibangun sebuah wawasan yang dapat memberikan penjelasan, peramalan, dan pengendalian atau kontrol terhadap suatu kejadian.

Penelitian asosiatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan nasabah dengan variabel terikat yaitu loyalitas nasabah.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020:126). Maka populasi sasaran pada penelitian ini adalah nasabah KPR iB Bank BTN Syariah Banda Aceh yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada (Sugiyono, 2020:127). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020:133). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nasabah yang telah akad KPR iB yang datang ke cabang Bank BTN Syariah Banda Aceh selama bulan Juni sampai Juli 2022. Dikarenakan jumlah nasabah yang berkunjung selama bulan Juni sampai Juli 2022 tidak diketahui, peneliti memutuskan untuk menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian. Hal ini

sejalan dengan rekomendasi Haryono (2017:14) yang menyatakan untuk analisis PLS minimal 30 sampai 100.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020:16). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Dalam praktek penilaian berbasis kuesioner, sebuah konstruk didefinisikan sebagai suatu hipotesis permasalahan yang akan diteliti (Haryono, 2017:26). Ketika memiliki data kuesioner selanjutnya yaitu mengukur data tersebut menggunakan skala *likert* yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2020:146). Fenomena sosial di sini telah dijelaskan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Seperti pada Tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3.1. Penilaian Skala *Likert*

No	Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2020:147)

3.4. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020:67). Operasionalisasi dilakukan untuk menentukan suatu jenis, indikator dan skala dari banyaknya variabel yang ada dalam penelitian. Berikut operasionalisasi variabel dalam penelitian ini diantaranya:

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan dari nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank BTN Syariah Banda Aceh. Dalam kualitas pelayanan peneliti mengukur berdasarkan indikator yang mengacu pada bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

b. Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan reproduksi dari jati diri Bank BTN Syariah. Citra perusahaan diukur berdasarkan indikator yaitu pribadi, nama baik, nilai dan identitas hukum.

c. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang berarti perasaan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank BTN Syariah Banda Aceh. Kepuasan nasabah diukur dengan menggunakan indikator yang mengacu pada kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya

d. Loyalitas Nasabah

Loyalitas ialah kadar kesetiaan atau komitmen dari nasabah terhadap Bank BTN Syariah Banda Aceh. Loyalitas dapat diukur dari beberapa indikator yaitu pembelian ulang secara teratur, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain dan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Dari masing-masing indikator pada setiap variabel memiliki sub indikator yang digunakan sebagai dasar untuk membuat suatu pernyataan kuesioner. Adapun pernyataan yang dibuat sebagai berikut:

Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator	Sub Indikator	Kode
Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	Fasilitas yang tampak secara visual	SQ1
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kemampuan karyawan	SQ2
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	Komunikatif dalam pelayanan	SQ3
Jaminan (<i>Assurance</i>)	Pengetahuan karyawan	SQ4
Empati (<i>Empathy</i>)	Kepedulian karyawan	SQ5

Sumber: Tjiptono dan Chandra (2016:284)

Tabel 3.3. Indikator dan Sub Indikator Citra Perusahaan

Indikator	Sub Indikator	Kode
Pribadi	Perusahaan yang handal dan terpercaya	CI1
Nama baik	Kinerja keamanan perusahaan	CI2
Nilai	Perusahaan memberikan layanan terbaik terhadap pelanggan	CI3
Identitas hukum	Logo	CI4

Sumber: Kotler dan Keller (2012:274)

Tabel 3.4. Indikator dan Sub Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator	Sub Indikator	Kode
Kualitas produk	Produk yang digunakan berkualitas	SA1
Kualitas pelayanan	Pelayanan yang sesuai dengan harapan	SA2
Emosional	Perasaan bangga menggunakan produk tersebut	SA3

Tabel 3.4. Indikator dan Sub Indikator Kepuasan Nasabah (lanjutan)

Harga	Harga yang sesuai dengan harapan pelanggan	SA4
Biaya	Tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan	SA5

Sumber: Lupiyoadi (2014:21)

Tabel 3.5. Indikator Loyalitas Nasabah

Indikator	Kode
Pembelian ulang secara teratur	LO1
Membeli antar lini produk atau jasa	LO2
Mereferensikan kepada orang lain	LO3
Kekebalan terhadap pesaing	LO4

Sumber: Griffin (2016:547)

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Statistik Deskriptif

a. Karakteristik Responden

Untuk jumlah responden dibagi berdasarkan karakteristik tertentu seperti karakteristik demografis (usia, jenis kelamin) dan karakteristik responden (status, pembelian terakhir, jenis produk yang dibeli).

b. Analisis Jawaban Responden

Uraian variabel yang digunakan untuk menentukan jawaban responden terhadap variabel atas kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan nasabah dan loyalitas konsumen. Untuk menghasilkan kesamaan jawaban responden terhadap masing-masing variable, maka didasarkan pada nilai skor rata-rata atau nilai indeks kemudian dikategorikan ke dalam rentang skor berlandaskan pada perhitungan *three*

box method (Ferdinand, 2014:232). Angka indeks menggambarkan skor 10 sampai 100 menggunakan rentang sebanyak 90. Dengan memakai kriteria tiga kotak atau *three box method*, maka rentang sebanyak 90 dibagi sebagai tiga bagian, sebagai akibatnya rentang buat setiap bagian sebanyak 30, lalu rentang tadi bisa dipakai menjadi daftar interpretasi indeks berikut:

20 - 46 = Rendah

47 - 73 = Sedang

74 - 100 = Tinggi

Penelitian ini menggunakan teknik dengan menggunakan skor minimal 1 dan skor maksimal 5, sehingga perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = [(\%F1*1)+(\%F2*2)+(\%F3*3)+(\%F4*4)+(\%F5*5)]/5\dots$$

Keterangan:

F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

3.5.2. Analisis Jalur

Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yaitu suatu teknik analisis yang dipakai dalam penelitian kuantitatif. Haryono (2017:68) menjelaskan bahwa analisis jalur adalah perluasan atau ekstensi dari analisis regresi berganda (*multiple regression*). Analisis jalur memiliki kedekatan dengan regresi berganda adalah bentuk khusus analisis jalur. Teknik ini dikenal sebagai model sebab-akibat (*causing modeling*). Dalam analisis jalur, korelasi antara variabel dihubungkan dengan parameter dari model yang dinyatakan dengan diagram jalur (*path diagram*). Analisis jalur ingin menguji persamaan regresi yang melibatkan beberapa variabel exogen dan endogen sehingga memungkinkan pengujian terhadap variabel mediating atau intervening antara variabel antara. Disamping itu analisis jalur bisa mengukur hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel dalam model. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Dan model analisis jalur tersebut dapat digunakan apabila secara teori penelitian yakin bahwa variabel yang dianalisis memiliki pola hubungan sebab akibat (*causal effect*). Dalam analisis jalur terdapat beberapa konsep dan istilah dasar yaitu:

1. Model Jalur

Model jalur adalah suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara dan tergantung. Pola hubungan ditunjukkan dengan menggunakan anak panah. Anak panah-anak panah tunggal menunjukkan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel eksogen atau perantara dengan variabel tergantung atau lebih. Anak panah juga menghubungkan kesalahan (variabel residu) dengan semua variabel endogen masing-masing. Anak panah ganda menunjukkan korelasi antar pasangan variabel-variabel eksogen.

2. Variabel Eksogen

Variabel eksogen yaitu variabel laten yang nilainya ditentukan oleh variabel lain di luar model (tidak dikenai anak panah) (Sholihin dan Ratmono, 2013:5). Variabel

eksogen dalam suatu model jalur adalah semua variabel yang tidak ada penyebab-penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak panah-anak panah yang menunjukkan arahnya, selain pada bagian kesalahan pengukuran.

3. Variabel Endogen

Variabel endogen yaitu variabel laten yang nilainya ditentukan oleh variabel lain di dalam model (dikenai anak panah) (Sholihin dan Ratmono, 2013:5). Variabel endogen dalam suatu model jalur adalah variabel yang mempunyai anak panah-anak panah menuju kearah variabel tersebut. Variabel yang termasuk didalamnya mencakup semua variabel perantara dan tergantung. Variabel perantara endogenus mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya dan dari arah variabel tersebut dalam suatu model diagram jalur. Adapaun variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju kearahnya.

4. Variabel Laten

Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali dengan satu atau lebih variabel manifest. Variabel laten dapat berfungsi sebagai variabel eksogen maupun endogen. Cara untuk mengetahui apakah sebuah variabel dapat digolongkan menjadi variabel laten adalah dengan menguji apakah variabel tersebut dapat diukur secara langsung atau tidak langsung. Dengan kata lain, variabel manifest merupakan variabel variabel yang kuantitatifnya diketahui secara langsung, apabila variabel tidak dapat diukur secara langsung, maka variabel tersebut dikategorikan sebagai variabel laten yang membutuhkan sejumlah variabel manifest (Singgih, 2011:7).

5. Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2018: 59). Variabel ini sebagai penyela atau antara variabel eksogen dan endogen, sehingga variabel eksogen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen. Adapun syarat efek

mediasi yang dipenuhi oleh koefisien jalur yang signifikan, dalam pengambilan kesimpulan mengenai mediasi adalah sebagai berikut (Sholihin dan Ratmono, 2013) :

- a. Jika koefisien jalur dari hasil estimasi signifikan dan tidak berubah maka hipotesis mediasi tidak didukung.
- b. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun tetapi signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*).
- c. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*).

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dikerjakan dengan bantuan komputer dan menggunakan *software* WARPPLS 8.0. Data disajikan dalam bentuk tabel dan diagram. Tujuannya adalah agar output data dapat disajikan dengan ringkas. Alat analisis data yang digunakan adalah PLS yaitu (*Partial Least Square*). PLS merupakan analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural.

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan realibilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi). Adapun tahapan dari analisis PLS pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Analisis *outer model*

Outer model atau model pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten dapat diukur dengan indikator – indikator bersifat reflektif dan formatif. Perancangan model pengukuran menentukan sifat indikator dari masing – masing variabel laten, apakah reflektif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel. Outer model yang menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya (*measurement model*), (Ghozali, 2014:39).

Dibawah ini adalah uji pada *outer model* atau evaluasi model pengukuran reflektif (Ghozali, 2014:54), yaitu:

a) *Loading Faktor*

Nilai loading faktor adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator – indikatornya. Nilai loading faktor harus diatas 0,70.

b) *Composite Reliability*

Composite reliability mengukur internal consistency dan nilainya harus diatas 0,60.

c) *Validitas Discriminan*

Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.

d) *Cross Loading*

Merupakan ukuran lain dari *validitas diskriminan*. Diharapkan setiap blok indikator memiliki loading lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk laten variabel lainnya.

Uji *outer model* untuk evaluasi model pengukuran formatif (Ghozali, 2014:72), yaitu:

a) *Signifikansi Nilai Weight*

Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikan ini dinilai dengan prosedur *bootstrapping*.

b) *Multikolonieritas*

Variabel manifest dalam blok harus diuji apakah terdapat multikol. Nilai *variance inflation faktor* (VIF) dapat digunakan untuk menguji hal ini. Nilai VIF diatas 10 mengindikasikan terdapat multikol.

b. *Analisis inner model*

Ghozali (2014:41) mengemukakan bahwa analisa inner model dikenal juga sebagai analisa *structural model* yang menggambarkan hubungan antar variabel laten

berdasarkan *substantive theory*. Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

a) Uji kecocokan model (*model fit*)

Uji *model fit* ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model terdapat tiga indeks pengujian, yaitu *average path coefficient* (APC), *average R-square* (ARS) dan *average varians factors* (AVIV), APC dan ARS diterima dengan syarat p- value < 0,50 dan AVIV lebih kecil dari 5.

b) Koefisien determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67, 0,33, 0,19 mengindikasikan bahwa model baik, moderat dan lemah (Ghozali, 2014:76).

c) *Q square*

Model juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien detreminasi total pada analisis jalur (*path analysis*). Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki prediktif relevansi, sebaliknya jika nilai $Q^2 \leq 0$ menunjukkan model kurang memiliki prediktif relevansi. Perhitungan Q^2 total dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2) (1 - R2^2) \dots \dots (3.4) \text{ (Chin, 1998 : 43)}$$

c. Pengujian hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguraikan arah pengaruh antar variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) atau model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat *path coefficient* dan tingkat signifikansinya yang selanjutnya dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara

simultan. *Path coefficient* yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai masing-masing koefisien jalur.

Hipotesis dapat diterima atau ditolak, secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya, tingkat signifikan yang dipakai di dalam penelitian ini sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. *P value* atau *probabilitas value* (nilai probabilitas/nilai peluang) yaitu, nilai yang menunjukkan peluang untuk sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang benar 95% dan kemungkinan keputusan yang salah sebesar 5%.

H_0 ditolak, $p\text{-value} < 0,05$ dan;

H_0 diterima, $p\text{-value} \geq 0,05$.

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian sebagai berikut:

1. H_{01} : Diduga terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan
 H_{a1} : Diduga terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan
2. H_{02} : Diduga terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah
 H_{a2} : Diduga terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah
3. H_{03} : Diduga terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah
 H_{a3} : Diduga terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

4. Ho₄: Diduga terdapat pengaruh langsung citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah
Ha₄: Diduga terdapat pengaruh tidak langsung citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah
5. Ho₅: Diduga terdapat pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah
Ha₅: Diduga terdapat pengaruh tidak langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah
6. Ho₆: Diduga terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui citra perusahaan
Ha₆: Diduga terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui citra perusahaan
7. Ho₇: Diduga terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah
Ha₇: Diduga terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah