

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. 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 yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.¹

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menganalisis dalam bentuk data-data yang berupa angka data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian.² Data diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu mahasiswa perbankan syariah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

¹ Sugiyono, Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D) (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2022), 179.

² Rifkhan, Pedoman Metodologi Penelitian Data PAnel Dan Kuesioner (Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2023), Hal. 29.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu dalam penelitian ini yaitu dilaksanakan pada Januari sampai dengan Mei 2025.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atau objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan keseluruhan sebuah objek penelitian yang terdiri dari orang, makhluk, benda, perkembangan, kejadian, indikasi atau tingkatan sebagai sumber informasi yang memiliki sifat-sifat tertentu berdasarkan penelitian yang dilakukan.³ Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah mahasiswa angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang berjumlah 439 mahasiswa.

³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Edisi 19 (Bandung: Alfabeta CV, 2012), h. 80.

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

No	Prodi	Jumlah Mahasiswa
1	Perbankan Syariah	176
2	Ekonomi Syariah	200
3	Manajemen Haji dan Umroh	43
4	Manajemen Zakat dan Wakaf	20

2. Sampel

Menurut Sugiyono dalam penelitian Kuantitatif, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini merupakan bagian dari jumlah populasi. Penentuan sampel pada penelitian ini sangat dibutuhkan untuk kejelasan penyebaran kuesioner yang akan dilakukan.⁴ Dalam penelitian ini populasi yang akan dilakukan adalah mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu angkatan 2021.

Teknik yang digunakan peneliti dalam pengambilan sampel yaitu dengan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan sampel random *sampling*

⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Edisi 19 (Bandung: Alfabeta CV, 2013), h. 81.

yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Adapun Kriteria populasi yang digunakan pada penelitian itu yaitu Merupakan mahasiswa angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, Merupakan mahasiswa yang juga menjadi nasabah Bank Syariah, dan Mahasiswa sudah memiliki rekening Bank Syaria Indonesia. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 439 mahasiswa.

Rumus *Slovin* digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang representatif dari suatu populasi dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana. Rumus Slovin didasarkan pada prinsip bahwa semakin besar ukuran populasi, semakin besar pula ukuran sampel yang diperlukan untuk mewakili populasi tersebut. Rumus ini biasanya digunakan dalam survei atau penelitian di mana sulit atau tidak memungkinkan untuk mengambil sampel dari seluruh populasi. Perlu diingat bahwa rumus *Slovin* adalah aproksimasi yang bergantung pada beberapa asumsi. Misalnya, rumus tersebut mengasumsikan bahwa populasi memiliki distribusi yang normal dan heterogenitas yang terbatas. Selain itu, rumus ini juga tidak mempertimbangkan faktor-faktor seperti

kompleksitas populasi atau tujuan penelitian tertentu.⁵

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini, dengan menggunakan rumus slovin sebagai alat ukur untuk mengukur sampel. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah total populasi

e = batas kesalahan (10%)

Perhitungan :

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

$$n = \frac{439}{1 + 439 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{439}{1 + 439 \times 0,01}$$

$$n = \frac{439}{1 + 4,39}$$

$$n = \frac{439}{5,39}$$

$$n = 81,44$$

⁵ Rifkhan, Pedoman Metodologi Penelitian Data PAnel Dan Kuesioner (Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2023), Hal. 29.

Berdasarkan hasil perhitungan ukuran sampel menggunakan Rumus *Slovin*, yaitu menghasilkan 81,44 dan jika dibulatkan menjadi 81 Responden.

Maka peneliti menetapkan sebanyak 81 responden sebagai anggota sampel pada penelitian ini yang berasal dari mahasiswa uin fatmawati sukarno Bengkulu fakultas ekonomi dan bisnis islam Angkatan 2021.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data merupakan tempat ditemukannya data-data yang diteliti. Dalam hal ini sumber data yang digunakan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, baik individu atau kelompok yang menjadi objek penelitian, melalui metode seperti wawancara, kuesioner, atau observasi. Data ini dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian spesifik dan biasanya dianggap lebih akurat dan relevan karena berasal langsung dari sumbernya.⁶

⁶ Muri Yusuf, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan", (Prenada Media, 2016), <https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ>.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti dokumen, laporan, jurnal, buku, atau data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data ini tidak diperoleh langsung oleh peneliti dari objek penelitiannya, melainkan dari hasil pengolahan dan publikasi sebelumnya. Data sekunder biasanya digunakan untuk mendukung atau melengkapi data primer yang telah dikumpulkan.⁷

2. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode dalam usaha pengumpulan data dan informasi yang di perlukan penelitian ini yaitu:

a. Kuesioner atau Angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif, di mana data yang dikumpulkan dari kuesioner dianalisis secara statistik untuk menemukan hubungan atau pola tertentu. Kuesioner bisa bersifat tertutup, di mana responden hanya memilih dari jawaban yang telah disediakan, atau

⁷ Hendryadi Suryani, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2021), h. 27.

terbuka, di mana responden bebas memberikan jawabannya sendiri.⁸ Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perbankan Syariah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel

a. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel independen. Variabel ini merupakan variabel yang dijadikan fokus utama dalam penelitian karena perubahan yang terjadi pada variabel dependen diharapkan dapat dijelaskan oleh perubahan pada variabel independen. Dengan kata lain, variabel dependen adalah variabel yang diukur untuk melihat dampak atau efek dari variabel lain.⁹ Dalam penelitian ini variabel dependen yang dipilih adalah Kepuasan Nasabah.

b. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain, khususnya variabel dependen. Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas, karena tidak

⁸ Sugiyono, Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi (Bandung: Penerbit Alfabeta CV, 2022), h.75.

⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Edisi 19 (Bandung: Alfabeta CV, 2013), h. 38.

dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian. Variabel independen digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Dengan kata lain, variabel ini adalah faktor yang dianggap menjadi penyebab utama dari fenomena yang sedang diteliti.¹⁰ Penelitian ini menggunakan empat variabel independen yang terdiri dari Kepercayaan, Penanganan Keluhan, dan *Word Of Mouth*.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran dari definisi konsep yang abstrak menjadi variabel yang dapat diukur atau diamati. Definisi operasional menjelaskan bagaimana sebuah variabel akan diukur atau diidentifikasi dalam penelitian, sehingga peneliti dan pembaca dapat memahami bagaimana data diperoleh dan dianalisis. Dengan kata lain, definisi operasional menghubungkan konsep teoritis dengan aspek praktis penelitian, memastikan bahwa variabel yang diteliti memiliki ukuran yang jelas dan dapat dioperasionalkan sesuai dengan tujuan penelitian. Secara garis besar definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Edisi 19 (Bandung: Alfabeta CV, 2013), h. 40.

a. Variabel Kepercayaan

Kepercayaan adalah fondasi utama yang mendasari komitmen atau janji, karena tanpa adanya rasa saling percaya, komitmen yang dibangun akan mudah rapuh. Komitmen sejati hanya dapat direalisasikan ketika ada keyakinan yang kuat bahwa setiap pihak akan menepati janji yang telah disepakati.¹¹ Dimensi kepercayaan dijabarkan dengan indikator seperti pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Kepercayaan

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
Kepercayaan	Kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji	Kemampuan (<i>ability</i>)	1. Kompetensi dalam menjalankan tugas atau pekerjaan dengan baik. 2. Keahlian dan keterampilan yang sesuai dengan bidang atau tanggung jawabnya. 3. Kemampuan dalam menyelesaikan masalah dan menghadapi tantangan.	Likert	Jamiah Qomaria ¹²
		Kredibilitas (<i>Credibility</i>)	1. Reputasi yang baik di lingkungan atau komunitas terkait.	Likert	Jamiah Qomaria

¹¹ Darsono, L.I. dan Dharmmesta, B.S., “Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol 20, No 3 (2017), h. 27.

¹² Jamiah Qomariah, ‘Pengaruh Efikasi Diri Dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Organisasi Pegawai Dinas Pendidikan Provinsi Papua Barat’, Jurnal Manajemen Pendidikan, 2019, h. 15.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
			2. Konsistensi dalam menyampaikan informasi yang benar dan dapat dipercaya. 3. Pengakuan dari pihak lain sebagai sumber yang andal dan kompeten.		
		Integritas (<i>integrity</i>)	1. Kejujuran dalam tindakan, komunikasi, dan pengambilan keputusan. 2. Kepatuhan terhadap prinsip etika dan nilai moral yang berlaku. 3. Transparansi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab.	Likert	Jamiah Qomaria
		Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Konsistensi dalam memberikan hasil yang baik dan memuaskan. 2. Ketepatan waktu dalam menyelesaikan tugas atau memenuhi janji. 3. Kemampuan untuk tetap dapat diandalkan dalam berbagai situasi.	Likert	Jamiah Qomaria
		Keamanan (<i>Security</i>)	1. Perlindungan terhadap data, informasi, atau aset yang dikelola. 2. Kepatuhan terhadap standar dan regulasi keamanan	Likert	Jamiah Qomaria

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
			nan yang berla ku. 3. Kemampuan dal am mencegah dan menangani risiko atau anca man yang mung kin terjadi.		

b. Variabel Penanganan Keluhan

Keluhan (komplain) merupakan sebuah kata yang sering berkonotasi negatif terhadap kedua pihak, baik bagi konsumen maupun bagi perusahaan. Keluhan muncul karena adanya perbedaan pendapat dan harapan pengguna layanan dengan pelayanan yang diberikan, sehingga apa yang diharapkan pengguna layanan kurang sesuai atau tidak diberikan oleh pemberi layanan.¹³ Dimensi penanganan keluhan dijabarkan dengan indikator seperti pada tabel 3.3 berikut:

¹³ Agustin Hermawati, "Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital* 1, no. 1 (2023).

Tabel 3.3
Definisi Operasional Penanganan Keluhan

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
Penanganan Keluhan	Keluhan (komplain) merupakan sebuah kata yang sering berkonotasi negatif terhadap kedua pihak, baik bagi konsumen maupun bagi perusahaan. Komplain pada umumnya dipersepsikan sebagai kesalahan, tuntutan, masalah, konflik, frustrasi, ganti rugi, kemarahan dan sejenisnya.	<i>Commitment</i>	1. Konsistensi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab 2. Kepatuhan terhadap aturan dan nilai organisasi 3. Dedikasi untuk mencapai tujuan organisasi	Likert	Ahmad Zaini ¹⁴
		<i>Fairness</i>	1. Perlakuan yang adil tanpa diskriminasi 2. Transparansi dalam pengambilan keputusan 3. Kesenjangan dalam pemberian hak dan kewajiban	Likert	Ahmad Zaini
		<i>Visibility</i>	1. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi 2. Aksesibilitas terhadap kebijakan dan prosedur organisasi 3. Kejelasan dalam komunikasi kepada publik	Likert	Ahmad Zaini
		<i>Responsiveness</i>	1. Cepat dan tanggap dalam menanggapi kebutuhan atau keluhan 2. Proaktif dalam menyelesaikan masalah	Likert	Ahmad Zaini

¹⁴ Achmad Zaini dan Achmad Faisal Amir, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Rental Mobil Pada PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi,” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 7, no. 2 (2021).

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
			3. Ketersediaan mekanisme umpan balik yang efektif		
		Simple.	1. Kemudahan dalam prosedur dan penyampaian informasi 2. Tidak berbelit-belit dalam proses administrasi 3. Penggunaan bahasa dan sistem yang mudah dipahami	Likert	Ahmad Zaini

c. Variabel *Word Of Mouth*

Word of mouth merupakan sebuah komunikasi informal diantara seorang pembicara yang tidak komersil dengan orang yang menerima informasi mengenai sebuah merek, produk, perusahaan atau jasa. WOM dapat diartikan secara luas sebagai penyampaian informasi antar manusia, seperti hubungan tatap muka, telepon, sms, e-mail, website, blog, status, facebook, ataupun lewat twitter (tanpa berbayar).¹⁵ Dimensi kepercayaan dijabarkan dengan indikator seperti pada tabel 3.4 berikut:

¹⁵ Dušan Mladenović, "MetaWOM—toward a Sensory Word-of-Mouth (WOM) in the Metaverse," *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 36, no. 6 (2024).

Tabel 3.4
Definisi Operasional *Word Of Mouth*

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
<i>Word Of Mouth</i>	<i>Word of mouth</i> merupakan sebuah komunikasi informal diantara seorang pembicara yang tidak komersil dengan orang yang menerima informasi mengenai sebuah merek, produk, perusahaan atau jasa. WOM dapat diartikan secara luas sebagai penyampaian informasi antar manusia, seperti hubungan tatap muka, telepon, sms, e-mail, website, blog, status, facebook, ataupun lewat twitter (tanpa berbayar)	<i>Talkers</i> (pembicara)	- Pihak yang menyebarkan informasi atau opini (misalnya pelanggan, influencer, brand ambassador). - Kredibilitas dan pengaruh pembicara dalam komunitas atau industri tertentu. - Jangkauan audiens yang dapat dicapai oleh pembicara.	Likert	Deviana Sim Cia Sian ¹⁶
		<i>Topics</i> (topik)	- Relevansi topik dengan kebutuhan atau minat audiens. - Keunikan dan daya tarik pesan yang disampaikan. - Potensi viralitas atau daya sebarannya di berbagai platform.	Likert	Deviana Sim Cia Sian
		<i>Tools</i> (alat)	- Jenis media yang digunakan (misalnya media sosial, blog, video, podcast). - Fitur interaktif yang mendukung penyebaran informasi	Likert	Deviana Sim Cia Sian

¹⁶ Deviana Sim Cia Sian . "Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Ropang Plus Plus, Pluit Sakti/Deviana Sim Cia Sian/77180177/Pembimbing: Morryessa Brandinie." (2022).

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
			masi (misalnya komentar, like, share, tag). 3. Kemudahan akses dan penggunaan alat bagi audiens serta pembicara.		
		<i>Talking part</i> (partisipasi)	1. Tingkat keterlibatan audiens dalam diskusi atau percakapan (misalnya jumlah komentar, share, dan reaksi). 2. Bentuk kontribusi audiens dalam menyampaikan pesan (misalnya testimoni, ulasan, rekomendasi). 3. Kualitas interaksi yang terjadi antara pembicara dan audiens.	Likert	Deviana Sim Cia Sian
		<i>Tracking</i> (pengawasan)	1. Pemantauan jumlah dan jenis interaksi audiens dengan pesan yang disampaikan. 2. Analisis sentimen atau respons audiens terhadap topik yang dibahas. 3. Evaluasi efektivitas strategi komunikasi berdasarkan data dan metrik yang tersedia.	Likert	Deviana Sim Cia Sian

d. Variabel Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Umumnya dalam konteks kepuasan pelanggan, harapan pelanggan berkembang dari waktu ke waktu seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima serta semakin bertambahnya pengalamannya. Pada gilirannya semua ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.¹⁷ Dimensi kepercayaan dijabarkan dengan indikator seperti pada tabel 3.5 berikut:

Tabel 3.5
Definisi Operasional Kepuasan Nasabah

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
Kepuasan Nasabah	Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	1. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap keseluruhan pengalaman dengan produk atau layanan. 2. Perbandingan antara harapan pela	Likert	Handayani ¹⁸

¹⁷ Lita Novianti dan Lod Sulivyo, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang', Jurnal Cafeteria, Vol 2. No 2 (2021), Hal 15.

¹⁸ Handayani, 'Pengaruh People, Process Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus PT Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Koja 2)', (Skripsi, STEI Indonesia, 2020), h. 53.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
	rasakan dengan harapannya. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.		nggan dan pengalamanan aktual. 3. Evaluasi pelanggan terhadap kualitas produk atau layanan secara umum.		
		Kepuasan Pelanggan	1. Kepuasan terhadap adap kualitas produk atau layanan yang diterima. 2. Kepuasan terhadap adap harga dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh. 3. Kepuasan terhadap adap interaksi dengan staf atau layanan pelanggan.		
		Konfirmasi Harapan	1. Keselarasan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan pengalaman setelah pembelian. 2. Tingkat pemenuhan spesifikasi dan fitur produk atau layanan. 3. Kesesuaian antara informasi yang diberikan sebelum pembelian dengan kenyataan yang dirasakan pelanggan.		
		Niat Beli Ulang	1. Peluang pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di masa		

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
			depan. 2. Loyalitas pelanggan terhadap merek atau produk. 3. Pengaruh kepuasan terhadap keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau layanan.		
		Kesediaan Untuk Merekomendasikan	1. Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. 2. Frekuensi pelanggan dalam memberikan testimoni atau ulasan positif. 3. Pengaruh pengalaman positif terhadap promosi dari mulut ke mulut (<i>word-of-mouth</i>).		

3. Skala Pengukuran Variabel

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *skala likert* yang digunakan untuk menguji kesetujuan responden terhadap pertanyaan. *Skala likert* merupakan skala yang mengukur tanggapan positif

maupun negatif terhadap suatu pernyataan.¹⁹ Tingkat persetujuan dibagi menjadi 5 dalam tabel berikut:

Tabel 3.5
Skala likert

No	Pernyataan	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah bagaimana seseorang menganalisis data penelitian yang telah diperoleh, termasuk alat statistik yang relevan yang digunakan dalam penelitian.²⁰

Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik struktural deskriptif, yaitu teknik analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan sebelumnya karena berasal dari nilai variabel independen, yang dapat berupa satu variabel atau lebih, kemudian membandingkan satu variabel dengan yang digabungkan dengan variabel lain.²¹

¹⁹ Hendryadi Suryani, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2021), h. 27.

²⁰ Muri Yusuf, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan", (Prenada Media, 2016)

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Edisi 19 (Bandung: Alfabeta CV, 2013), h. 137.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji *Validitas*

Uji *validitas* ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan item pertanyaan pada saat mendefinisikan variabel. Setiap pertanyaan menggambarkan suatu variabel, dan setiap pertanyaan dapat diberi skor menggunakan nilai korelasi total yang dikoreksi.²² Pembahasan *validitas* ini tidak terfokus pada tes itu sendiri, tetapi pada hasil atau skor tes sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung $>$ nilai r tabel, maka alat ukur atau instrument penelitian yang digunakan adalah valid.
2. Jika nilai r hitung $<$ nilai r tabel, maka alat ukur atau instrument penelitian yang digunakan adalah tidak valid.

b. Uji *Reabilitas*

Uji *Reliabilitas* untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Teknik *alpha cronbach* dengan koefisien *realibilitas* $r > 0,6$.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik sangat diperlukan, terutama pada jenis penelitian yang menggunakan data mentah

²² Astuti Nuryadi, Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian, Edisi 1 (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017), h.79.

sebagai sumber data. Pengujian hipotesis klasik adalah analisis yang digunakan untuk menilai ada atau tidaknya masalah hipotesis klasik dalam suatu model regresi. Pengujian hipotesis klasik meliputi beberapa pengujian yaitu uji normalitas dan uji *multikolinearitas*.²³ Hal tersebut dinyatakan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal. Uji normalitas menjelaskan bagaimana residual mengikuti distribusi normal. Namun jika dibalik maka uji statistik dinyatakan tidak valid. Ada dua cara pengujian yaitu analisis grafis dan pengujian statistik.²⁴ Tes *Kolmogorovsmirnov* menjadi dasar pengambilan keputusan.

b. Uji Multikolineritas

Uji *multikolinearitas* untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam model korelasi yang baik, setidaknya tidak ada korelasi antar variabel. Ada cara untuk mengetahui apakah suatu regresi dipengaruhi

²³ Astuti Nuryadi, Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian, Edisi 1 (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017), h.79.

²⁴ Muri Yusuf, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan", (Prenada Media, 2016)

oleh *multikolinearitas* dengan melihat nilai *tolerance* dan VIFN dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai *tolerance* 0,10 dan $VIF < 10$ berarti tidak terjadi *multikolinearitas* pada model regresi penelitian.
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,01$ berarti model regresi memiliki bias *multikolinearitas*.²⁵

c. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi yang digunakan terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi *heteroskedastisitas*.²⁶

3. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Uji F adalah untuk melihat pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama Kepercayaan

²⁵ Muri Yusuf, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan", (Prenada Media, 2016)

²⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Edisi 19 (Bandung: Alfabeta CV, 2013), h. 137.

Persepsi X1, Pengetahuan X2, Promosi X3, dan Minat Menabung Y.

b. Uji Parsial (T)

Uji t adalah untuk melihat pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri antara variabel bebas dan variabel terikat. Hipotesis dari uji t ini adalah H_0 = tidak berpengaruh signifikan dan jika H_1 = berpengaruh signifikan. Basis keputusan adalah sebagai berikut:

1. H_0 Diterima dan ditolak jika nilai t-hitung < dari t-tabel atau jika nilai signifikan > 0,05.
2. H_0 ditolak dan diterima jika nilai t-hitung > dari t-tabel atau jika nilai signifikansi < 0,05.

c. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tak bebas. Regresi linier berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independent. Bentuk umum persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + X_3 + X_4 + b + e.$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

a = *Konstanta Interception*

b = Koefisien Regresi

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Penanganan Keluhan

X_3 = *Word Of Mounth*

e = *Error*

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel dan untuk membuktikan apakah hipotesis yang digunakan sebelumnya benar. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis dengan SPSS. Hal tersebut dapat diukur dengan melihat nilai koefisien determinasi, nilai f , dan nilai t .

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kemampuan suatu model dalam menerangkan hubungan antar variabel. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, yang artinya semakin angka mendekati satu maka semakin baik garis regresi karena mampu menjelaskan semakin angka mendekati satu maka semakin baik garis regresi karena mampu menjelaskan data aktualnya, sebaliknya apabila angka mendekati nol maka kita mempunyai garis regresi yang kurang baik. Koefisien determinasi merupakan konsep statistik, sehingga sebuah garis regresi baik jika nilai R^2 tinggi. Nilai R Square (R^2) menunjukkan

koefisien determinasi yang mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh variabel bebas secara bersama-sama.²⁷



²⁷ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), h.45.