

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah Cabang Cilegon yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani Blok A-C N0,12 Sukmajaya, Kec Jombang, Kota Cilegon Banten.. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni-Agustus 2021

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Teknik pengolahan data menggunakan SPSS. SPSS adalah sebuah program pengolahan data statistik yang berguna untuk pengambilan keputusan terutama dalam bidang penelitian.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah Cabang Cilegon. Untuk lebih memfokuskan objek penelitian agar hasil penelitian sesuai

dengan sasarnya, maka perlu adanya sampel penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah pada BNI Syariah Cabang Cilegon berdasarkan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui sehingga dalam pengambilan sampelnya menggunakan rumus malthotra. Cara penentuannya dengan mengalikan 5 dari jumlah item variabel. Item variabel dalam penelitian ini sebanyak 23 indikator dengan rincian 15 indikator (x) 4 indikator variabel (Z) dan 4 indikator variabel (Y). Sehingga dalam penelitian ini didapatkan sampel sebanyak $23 \times 5 = 115$ sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, dimana data-data tersebut terdiri dari data primer dan data sekunder. Peneliti melakukan pengambilan data primer melalui *survey* yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada subjek penelitian, yaitu nasabah Bank BNI Syariah Cabang Cilegon . Dalam pelaksanaan *survey* kondisi penelitian tidak dimanipulasi. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

1. Survey

Adapun prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Kuisioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memeberikan daftar pertanyaan yang tertulis kepada nasabah Bank BNI Syariah Cabang Cilegon. Kelebihan dari teknik kuisioner adalah mudah dikelola, data yang diperoleh dapat dipercaya, serta penetapan kode, analisis, dan interpretasi data relative sederhana. Sedangkan kekurangan dar teknik ini adalah responden mungkin tidak mampu atau tidak bersedia memberikan informasi yang diharapkan dan penyusunan pertanyaan agar mudah dipahami merupakan hal yang tidak mudah.

Skala yang digunakan untuk mengukur sikap pada tingkat pengukuran skala interval adalah skala likert. Skala interval digunakan karena tingkat pengukuran ini tidak hanya mengukur perbedaan antara satu kategori dengan kategori yang lainnya, tetapi juga menunjukkan urutan dan jarak antara satu nilai dengan nilai lainnya.

2. Kepustakaan dan Penjelajahan Internet

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang didapatkan dari studi kepustakaan seperti buku, jurnal, majalah, dan internet. Studi kepustakaan ini dapat menjadi data pendukung dari dat primer yang diperoleh. Alasan penggunaan data sekunder dalam penelitian ini yaitu data sekunder dapat mengidentifikssi masalah, membantu menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesa, juga

menginterpretasikan data primer secara lebih jelas, selain itu efektivitas biaya (menghemat biaya penelitian dalam jumlah besar), penghematan waktu yang lebih singkat dibandingkan data primer.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dimana penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah bank syariah. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut teguh data kuantitatif yaitu data statistik yang berbentuk angka-angka, baik secara langsung yang digali dari prinsip penelitian maupun hasil pengolahan data kualitatif menjadi kuantitatif. Dalam suatu penelitian harus disebutkan dari mana data diperoleh

2. Sumber Data yang Digunakan

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber penelitian untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Yang berupa kuisisioner, observasi, dan wawancara langsung baik dengan nasabah. Data primer yang dilakukan berasal

dari kuisioner yang disebarakan kepada responden atau nasabah bank bni syariah cabang cilegon.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data atau informasi yang diperoleh tidak langsung dari obek penelitian yang bersifat publik yang terdiri dari struktur organisasi, data kearsipan, laporan-laporan dan dokumen lain sebagainya. Daa sekunder diperoleh dari buku yang terkait dengan experiential marketing, loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah.

3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel tak bebas atau merupakan salah satu penyebab. Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Adapun variabel yang akan dianalisa dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga variabel bebas (Independen), variabel terikat (Dependen) dan variabel intervening.

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timnbulnya

variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi variabel bebas adalah :

1) Panca Indera (*sense*) (X1)

Sense berkaitan dengan gaya (*styles*) dan simbol-simbol verbal dan visual yang mampu menciptakan keutuhan sebuah kesan. Menurut Schmitt pengukuran pancaindera (*Sense*) dapat dilakukan berdasarkan pada tiga strategi yaitu:

- a) Pendiferensiasi
- b) Motivator
- c) Penyedia Nilai

2) Perasaan (*feel*) (X2)

Feel atau perasaan sangatlah berbeda dengan kesan sensorik karena hal ini berkaitan dengan suasana hati dan emosi jiwa seseorang. Ini bukan sekedar menyangkut keindahan, tetapi suasana hati dan emosi jiwa yang mampu membangkitkan kebahagiaan atau bahkan kesedihan. Menurut Schmitt terdapat dua faktor yang digunakan untuk mengukur perasaan (*feel*). Adapun dua faktor tersebut adalah:

- a) Suasana hati (mood)
- b) Emosi (emotion)

3) Berpikir (*think*) (X3)

Menurut Andreani berpendapat bahwa “dengan berpikir (*think*) dapat merangsang kemampuan intelektual dan kreativitas seseorang”. Think upaya

yang perlu diciptakan agar konsumen atau pelanggan berpikir positif kepada produk atau jasa setelah konsumen atau pelanggan merasa baik. Menurut Schmitt (1999) terdapat tiga faktor yang digunakan untuk mengukur berpikir (*think*) Adapun dua faktor tersebut adalah:

- a) Kejutan (*surprise*)
 - b) Memikat (*intrigue*)
 - c) Provokasi (*provocation*)
- 4) Kebiasaan (*act*) (X4)

Act atau tindakan yang berhubungan dengan keseluruhan individu (pikiran dan tubuh) untuk meningkatkan hidup dan gaya hidupnya. Pesan-pesan yang memotivasi, menginspirasi dan bersifat spontan dapat menyebabkan pelanggan untuk berbuat hal-hal dengan cara yang berbeda, mencoba dengan cara yang baru merubah hidup mereka lebih baik.

Menurut Schmitt terdapat dua faktor yang digunakan untuk mengukur berfikir (*think*) Adapun dua faktor tersebut adalah:

- a) Gaya hidup
 - b) Perilaku nyata
- 5) Hubungan(*Relate*) (X5)

Menurut Andreani berpendapat bahwa relate berkaitan dengan budaya seseorang dan kelompok referensinya yang dapat menciptakan identitas

sosial. Menurut Schmitt terdapat tiga faktor yang digunakan untuk mengukur berfikir (think) Adapun dua faktor tersebut adalah:

- a) Perbaikan diri (*selfimprovement*)
- b) Status (*socioeconomic*)
- c) Citra Perusahaan (*image*)

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah loyalitas nasabah (Y). Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang.

Meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Pengukuran loyalitas pelanggan menurut Zeithaml, Bitner dan Dwayne adalah:

- 1) Berkata positif,
- 2) Merekomendasikan teman, dan
- 3) Melakukan pembelian ulang

c. Variabel Intervening

Variabel Intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel-variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan

variabel penyela atau antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel intervening adalah kepuasan nasabah (Z). Menurut Chandra Kepuasan nasabah merupakan hal perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan bersangkutan atas tingkat manfaat yang dipersepsikan telah diterimanya setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk dan tingkat manfaat yang diharapkan sebelum pembelian. Pengukuran kepuasan nasabah. Menurut Kotler nasabah akan merasa puas akan melakukan tindakan sebagai berikut :

Umumnya nasabah akan lebih lama setia.

- 1) Membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk-produk yang ada.
- 2) Membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produk-produknya.
- 3) Memberi perhatian lebih sedikit kepada merek-merek atau iklan-iklan pesaing serta kurang peka terhadap harga.
- 4) Menawarkan gagasan jasa atau produk kepada perusahaan.

Tabel 3.1

Definisi Operasioanal Variabel

Pernyataan	Indikator	Item
Sense (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendiferensiasi 2. Motivator 3. Penyedia Nilai 	<p>(X1.1) : Keunikan design interior bank bni Syariah cabang Cilegon.</p> <p>(X1.2) : Menariknya kombinasi warna ruang bank BNI Syariah cabang Cilegon.</p> <p>(X1.3) : Kesesuaian seragam pegawai Bank BNI Syariah cabang Cilegon.</p>
Feel (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana hati (mood) 2. Emosi (emotion) 	<p>(X2.1) : Kenyamanan tempat duduk yang telah disediakan bank BNI Syariah cabang Cilegon</p> <p>(X2.2) : Pelayanan prima yang diberikan oleh BNI Syariah Cabang Cilegon</p> <p>(X2.3) : Kenyamanan atas kebersihankantor Bank BNI Syariah cabang Cilegon</p>

Think (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejutan (surprise) 2. Memikat (intrigue) 3. Provokasi (provocation) 	<p>(X3.1) : Menariknya promosi yang diberikan Bank BNI Syariah cabang Cilegon</p> <p>(X3.2) : Nasabah merasa puas dengan produk yang ditawarkan karena sesuai dengan harapan.</p> <p>(X3.3) : Kemudahan tarik tunai melalui ATM</p>
Act (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya hidup 2. Perilaku nyata 	<p>(X4.1) : Kesesuaian produk dengan prinsip Syariah.</p> <p>(X4.2) : Keberadaan lokasi Bank BNI syariah Cabang Cilegon yang strategis</p> <p>(X4.3) : kenyamanan menabung di Bank BNI Syariah Cabang Cilegon dan keinginan untuk berbagi pengalaman dengan orang-orang terdekat</p>
Relate (X5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaikan diri (selfimprovement) 2. Status (socioeconomic) 3. Citra Perusahaan (image) 	<p>(X5.1) : Interaksi antara pegawai dengan nasabah.</p> <p>(X5.2) : Kebanggaan nasabah menjadi keluarga Bank BNI Syariah cabang Cilegon</p> <p>(X5.3) : memperluas jaringan dengan pegawainya maupun nasabahlainnya.</p>

Kepuasan Nasabah (Z)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah akan lebih lama setia. 2. Membeli lebih banyak. 3. Membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produk. 4. Memberi perhatian lebih sedikit kepada merek-merek atau iklan-iklan. 5. Menawarkan gagasan jasa atau produk kepada perusahaan. 	<p>(Z1.1) : nasabah merasa puas karena ruangan Bank BNI Syariah cabang Cilegon</p> <p>(Z1.2) : Nasabah merasa puas karena pelayanan Bank BNI Syariah Cabang Cilegon</p> <p>(Z1.3) : Nasabah puas untuk menabung maupun berinvestasi Di Bank BNI Syariah Cabang Cilegon.</p> <p>(Z1.4) : :Nasabah puas datang bertransaksi sampai pulang kembali</p>
Loyalitas nasabah (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkata positif, 2. Merekomendasikan teman, 3. Melakukan pembelian ulang 	<p>(Y1.1) : Sering melakukan transaksi.</p> <p>(Y1.2) : Keinginan nasabah untuk membuka Produk lain.</p> <p>(Y1.3) : orang lain mengenai produk Bank BNI Syariah Cabang Cilegon</p> <p>(Y1.4) : Mengajak keluarga, teman, kerabat untuk menggunakan produk Bank BNI Syariah Cabang Cilegon.</p>

4. Uji Validitas dan Reliabilitas instrumen

Analisis kuantitatif adanya data yang berbentuk perhitungan yang setelah dianalisa akan memperoleh pemecahan yang tepat. adapun alat analisa kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Valid tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi product moment person dengan level signifikansi (sig) hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan valid dan sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali, uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Uji reliabilitas data dapat dilakukan dengan uji statistic Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $\geq 0,70$.¹

¹ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Keempat. Universitas diponegoro. 2009.

5. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Uji normalitas dilakukan dengan model uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ maka dinyatakan data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance inflation factor* (VIF), apabila nilai *tolerance* value lebih tinggi dari 0,10 atau VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasi antara absolut residual hasil dengan semua variabel bebas. bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas.

6. Model Analisis Data

a. Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan suatu analisis yang dikembangkan Sewal Wright, seorang ahli genetika tahun 1921, setelah diperkenalkan oleh Otis Dudley Duncan (1966) dalam literature sosiologi.. Selanjutnya, Land (1968) membahas secara teoritis dan prosedur analisis jalur. Selanjutnya analisis ini digunakan dalam memecahkan masalah yang dihadapi dalam berbagai bidang ilmu. Analisis jalur merupakan perluasan dari model regresi, yang digunakan untuk menguji matriks korelasi pada model kausal yang dibandingkan oleh peneliti (Garson, 2006). Seperti halnya regresi, analisis jalur mempunyai manfaat prediktif. Model disajikan dengan panah berarah tunggal yang menyatakan sebab akibat. Pembobotan regresi diprediksi oleh model yang dibandingkan dengan matriks korelasi dari data teobservasi dan kemudian dihitung kecocokan modelnya (goodness of fit). Selanjutnya model terbaik dipilih oleh peneliti untuk pengemabangan teori. Analisis jalur dikembangkan sebagai metode untuk mempelajari pengaruh (efek) secara langsung dan secara tidak langsung dari variable bebas terhadap variable tergantung. Analisis ini merupakan salah satu pilihan dalam rangka mempelajari ketergantungan sejumlah variable dalam model (Ari Wibowo, 2004). Analisis ini merupakan metode untuk menerangkan dan mencari hubungan kausal antar variable. Analisis jalur digunakan untuk menelaah

hubungan antara model kausal yang telah dirumuskan peneliti atas dasar pertimbangan teoretis dan pengetahuan tertentu. Hubungan kausal selain didasarkan pada data, juga didasarkan pada pengetahuan, perumusan hipotesis, analisis logis. Dengan demikian analisis jalur dapat digunakan untuk menguji seperangkat hipotesis kausal serta menafsirkan hubungan tersebut.

Istilah-istilah analisis jalur menurut Sarwono (2012), adalah sebagai berikut:

- 1) Model jalur: suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara dan tergantung yang ditunjukkan dengan menggunakan anak panah.
- 2) Variabel exogenous merupakan semua variabel yang dalam diagram tidak ada anak-anak panah yang menuju ke arahnya.
- 3) Variabel endogenous merupakan variabel yang mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya.
- 4) Koefisien jalur (ρ) adalah koefisien regresi standar yang menunjukkan pengaruh langsung dari suatu variabel bebas terhadap variabel tergantung dalam suatu model jalur tertentu.
- 5) Direct Effect (DE) adalah pengaruh langsung yang dapat dilihat dari koefisien jalur dari variabel eksogen ke variabel endogen.
- 6) Indirect Effect (IE) adalah urutan jalur melalui satu atau lebih variabel perantara.

- 7) Gangguan atau residue mencerminkan adanya varian yang tidak dapat diterangkan atau pengaruh dari semua variabel yang tidak terukur ditambah dengan kesalahan pengukuran yang merefleksikan penyebab variabilitas yang tidak diketahui pada hasil analisis.

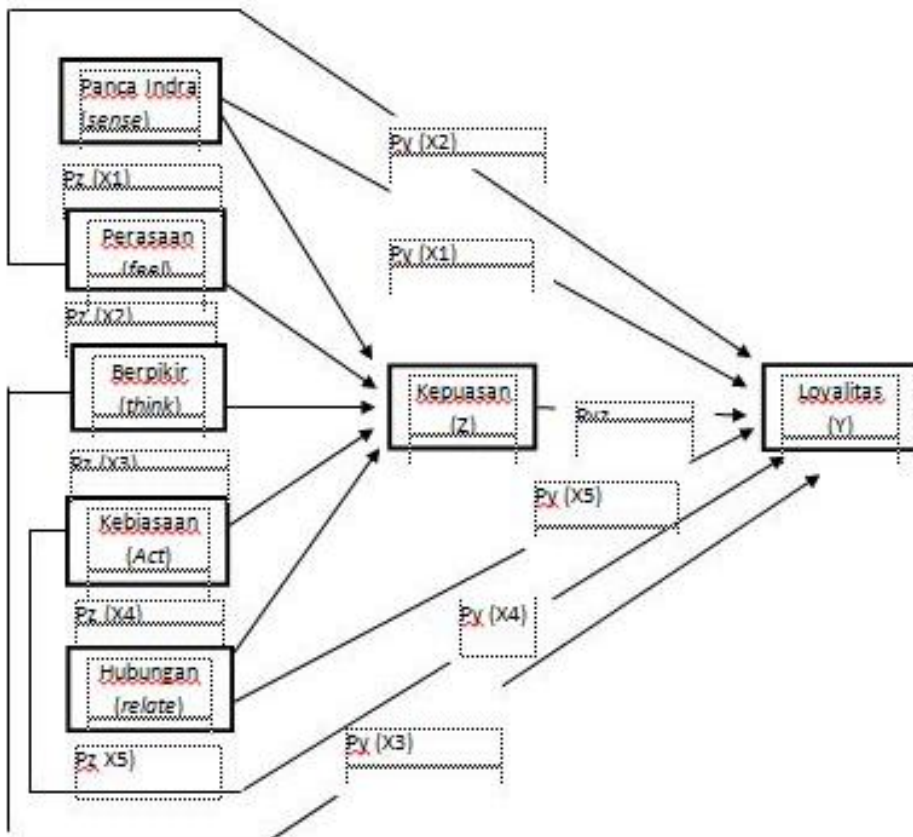
Ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi pada analisis jalur, yakni

- a) Hubungan antar variabel dalam model adalah linear, artinya perubahan terjadi pada variabel merupakan fungsi perubahan linear dari variabel lain yang bersifat kausal.
- b) Variabel yang diamati bersifat aditif
- c) Variabel residu tidak berkorelasi dengan variabel yang lain
- d) Variable yang diamati berskala interval atau rasio.

Secara umum langkah-langkah dalam analisis jalur adalah (Yamin & Kurniawan, 2009) :

- (1) Menentukan hipotesis penelitian dan diagram jalur dibawah ini merupakan model jalur yang dibuat berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Gambar 3.1
Model Analisis



Sumber : Diolah oleh peneliti,2021.

- (2) Model penelitian pada gambar 3.2. Persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut:

$$Z = a + P_z X_1 + P_z X_2 + P_z X_3 + P_z X_4 + P_z X_5 + e$$

$$Y = a + P_y X_1 + P_y X_2 + P_y X_3 + P_y X_4 + P_y X_5 + P_{yz} + e$$

- (3) Meregresikan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen untuk setiap persamaan struktural.
- (4) Menghitung besar pengaruh langsung, tidak langsung dan pengaruh total.
- (5) Uji Hipotesis
- (6) Menghitung koefesien jalur (secara simultan dan parsial)
- (7) Uji Sobel
- (8) Menyimpulkan hasil analisis jalur.