

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai metode yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat penelitian dan bersifat kuantitatif atau statistik. Tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data yang dilakukan pada populasi tertentu. Dengan mengumpulkan data selanjutnya akan dilakukan analisis dengan menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2023). Pendekatan kuantitatif memungkinkan generalisasi temuan penelitian terhadap populasi yang lebih luas serta memberikan peluang untuk replikasi studi guna memverifikasi keabsahan hasil yang diperoleh. Meskipun pendekatan ini menekankan pada objektivitas, reliabilitas, dan generalisasi data, penting untuk diakui bahwa metode kuantitatif memiliki keterbatasan, khususnya dalam mengungkap konteks sosial yang kompleks dan pemahaman subjektif dari sudut pandang partisipan.

B. Desain Penelitian

Pada desain penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif asosiatif dengan pendekatan eksplanatori. Desain ini dipilih karena bertujuan untuk mengetahui hubungan dengan pengaruh antara variabel yaitu, kualitas pelayanan, dan *brand image*, dan keberagaman produk terhadap kepercayaan nasabah dalam konteks strategi peningkatan kepercayaan pada Bank Syariah

Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai fenomena yang krusial dengan meneliti hubungan antar variabel (Rashid, 2022).

C. Subjek Penelitian

Menurut pandangan M. Amirin, subjek penelitian merupakan sumber yang digunakan untuk mengumpulkan informasi penelitian atau lebih tepatnya diartikan bahwa sebagai individu atau entitas yang ingin memperoleh informasinya. Sementara itu, menurut Muhammad Idrus mengartikan bahwa objek penelitian sebagai individu, objek, atau organisme yang digunakan sebagai sumber informasi yang diperlukan untuk pengumpulan data penelitian. Selain itu menurut Suharsimi Arikunto mengartikan bahwa penelitian sebagai objek, entitas atau individu di mana data terhubung pada variabel penelitian yang sedang disengketakan (Rahmadi, S.Ag., 2011). Jadi dari ketiga penelitian di atas mengatakan bahwa subjek atau objek penelitian merujuk pada individu, entitas, atau organisme yang menjadi sumber utama dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia yang ada di wilayah Kebumen, Jawa Tengah. Sampel penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria nasabah yang telah menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia yang ada di cabang Kebumen.

1. Populasi Penelitian

Populasi menurut (Sugiyono, 2023) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan

karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi bukan hanya jumlah orang yang ada, tetapi juga seluruh karakteristik objek atau subjek yang dipelajari. Pada populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kebumen.

2. Sampel Penelitian

Jumlah karakteristik sampel dan populasi terbentuk. Jika populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua aspeknya karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi untuk mendapatkan kesimpulan yang dapat diterapkan pada populasi secara keseluruhan. Dalam menentukan sampelnya akan menggunakan rumus Yamane dengan tingkat kesalahan 10%. Rumus Yamane merupakan rumus statistik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari suatu populasi dengan tingkat kesalahan tertentu. Tingkat kesalahan 10% digunakan karena penelitian bersifat deskriptif maka keterbatasan waktu dan sumber daya, serta masih dianggap representatif untuk menggambarkan kondisi populasi secara umum. Maka rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah populasi sampel

e : tingkat kesalahan, untuk penelitian kuantitatif menggunakan tingkat 10%.

$$\text{Diketahui : } n = \frac{36.607}{1 + 36.607 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{36.607}{1 + 36.607 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{36.607}{1 + 366,07}$$

$$n = \frac{36.607}{366,07} = 99,7$$

Dalam penelitian ini menghasilkan jumlah sampel minimal sebanyak 99,7 responden. Untuk mempermudah penelitian maka jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling* sesuai dengan indikator dan kriteria yang sudah ditetapkan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah penjelasan mengenai alat apa saja yang digunakan dalam mengumpulkan data. Setiap objek yang akan diteliti harus secara tegas menyebutkan instrumen yang digunakan untuk mencegah penggunaan dua instrumen pada objek yang sama (Vinet & Zhedanov, 2011). Data yang akan dikumpulkan menggunakan metode tertentu disebut teknik pengumpulan data. Untuk mengumpulkan dan memperoleh data, metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Teknik Kuesioner atau Angket

Pada teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yaitu mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan memberikan

serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada subjek untuk diisi. Kuesioner dapat berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berlipat ganda atau keluar, dan dapat diberikan langsung kepada responden (Sugiyono, 2023). Daftar kuesioner dalam penelitian ini mencakup pertanyaan mengenai identitas responden, kualitas pelayanan, *brand image*, keberagaman produk dan tingkat kepercayaan nasabah. Kuesioner ini digunakan untuk memiliki format tertutup dengan berbagai pertanyaan yang disajikan dalam bentuk pilihan. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada populasi menggunakan penyebaran kuesioner *google form* yaitu secara *online*.

Pernyataan kuesioner dikonversikan menjadi data kuantitatif dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial tersebut telah ditetapkan secara khusus. Dengan menggunakan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijelaskan dalam bentuk indikator variabel. Selanjutnya, tersebut digunakan sebagai dasar untuk merancang item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Penilaian dalam pertanyaan yang bersifat positif dimulai dari jawaban sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dengan nilai 5-1 (Sugiyono, 2023). Berikut adalah tabelnya:

Tabel 3. 1
Penilaian Pada Skala *Likert*

Pilihan Jawaban	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: (Sugiyono, 2023)

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjabaran dari suatu variabel ke dalam bentuk yang dapat diukur secara konkret dan sistematis dalam konteks penelitian. Dengan adanya definisi operasional, konsep-konsep yang bersifat abstrak dapat diterjemahkan menjadi indikator yang dapat diamati dan diukur, sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan proses pengumpulan dan analisis data (Ridha, 2017).

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1) (Wahju Wibowo & Imam Nuryanto, 2022)	1. Wujud (<i>Tangibility</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Kettanggapan (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>).	<i>Likert</i>
<i>Brand Image</i> (X_2) (Tanady & Fuad, 2020)	1. Keunggulan Asosiasi Merek (<i>Favorability of Brand Association</i>) 2. Kekuatan Asosiasi Merek (<i>Strength of Brand Association</i>) 3. Keunikan Asosiasi Merek (<i>Uniqueness of Brand Association</i>)	<i>Likert</i>
Keberagaman Produk (X_3) (Indrasari, 2019)	1. Variasi Merek Produk 2. Kelengkapan Produk 3. Ukuran Produk	<i>Likert</i>

	4. Kualitas Produk	
Kepercayaan Nasabah (Y) (Sulle, 2022)	1. Kehandalan 2. Kejujuran 3. Kepedulian 4. Kredibilitas	<i>Likert</i>

Sumber: data diolah penulis, 2025

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari catatan, lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Proses ini meliputi mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam sub unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, menentukan mana yang penting dan harus dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh orang lain dan diri sendiri. Pada penelitian ini metode yang digunakan disebut kuantitatif yang dimana data penelitian berupa angka-angka dan menganalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2023).

Berdasarkan penelitian yang sudah dijelaskan di atas, data yang diperoleh dipisahkan berdasarkan kelompok tipe data. Variabel yang sudah dikorelasikan pada tes berikutnya adalah variabel indepeden yaitu kualitas layanan (X_1), *brand image* (X_2), keberagaman produk (X_3), dan variabel dependennya adalah kepercayaan nasabah (Y). Tingkat analisis data yang dilakukan sudah terhimpun pada seluruh data partisipan atau data lainnya.

1. Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

Uji validitas menentukan seberapa tepat data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang akan dilaporkan oleh peneliti. Oleh

karena itu, data yang valid adalah data yang benar-benar terjadi pada objek penelitian dan yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2023). Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu kuesioner valid ataupun tidak valid. Kriteria untuk menilai validitas uji adalah sebagai berikut:

- a) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid (Ghozali, 2021).

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana jawaban dari konsumen dapat memberikan hasil yang relative tidak berbeda bila dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama. Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Cronbach's Alpha*. Instrumen yang handal apabila memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60 (Ghozali, 2021).

2. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal ataukah tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2021).

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris dangat tinggi, namun secara individual variabel independen banyak yang tidak signifiikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- 3) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari *variance inflation factor* (VIF). VIF mengukur variabilitas variabel independen lainnya. Jadi nilai $VIF \geq 10$. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang dapat ditolerir (Imam Ghozali & Karina Aprilia Kusumadewi, 2023).

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* 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. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghazali & Karina Aprilia Kusumadewi, 2023).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variabel estimator atau variabel independent terhadap satu variabel terikat atau variabel dependent atau variabel. Dengan rumus ekonometrika sebagai berikut (Zahriyah *et al.*, 2021):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terkait dependen (Kepercayaan)

X₁ = Variabel independen (Kualitas Pelayanan)

X₂ = Variabel independen (*Brand Image*)

X₃ = Variabel independen (Keberagaman Produk)

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = Standar *error*

4. Uji Hipotesis

A. Uji t (Parsial)

Uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terkait. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 : $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen.

H_1 : $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen (Sahir, 2022).

B. Uji F (Simultan)

Percobaan F ini dipakai buat mengenali terdapat tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian dicoba dengan metode menyamakan angka F hitung dengan F hitung dengan F tabel pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ di mana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terkaitnya.

H_a : Variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan

secara bersama-sama terhadap variabel terkaitnya (Sahir, 2022).

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun rumus Koefisien determinasi sebagai berikut (Sahir, 2022):

$$KP = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

KP = nilai koefisien determinasi

r^2 = nilai koefisien korelasi