

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei, instrumen dalam metode survei adalah kusioner untuk meneliti populasi dan sampel tertentu yang pengumpulan datanya menggunakan data primer (Tukiran, 2012: 18). Jenis data yang digunakan adalah data *one-shoot* atau *cross-sectional*, yaitu data yang dikumpulkan dalam satu waktu tertentu, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian (Cooper & Schindler, 2014).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2016: 120). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Muamalat Indonesia.

2. Sampel

Sampel adalah elemen-elemen yang merupakan bagian dari populasi. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 296. Pemilihan sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang secara insidental cocok sebagai sumber

data (Sugiyono, 2016: 126). Dikarenakan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan oleh karena itu tidak diperlukan kriteria-kriteria tertentu.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Kuisioner adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan tertulis kepada para responden dengan harapan untuk memberikan respon terhadap daftar pernyataan tersebut (Noor, 2011: 139). Prosedur penelitian ini diawali dengan menawarkan nasabah untuk bersedia mengisi kuisioner. Kemudian memberikan pertanyaan demografi responden seperti jenis kelamin, umur, pendapatan dan dilanjutkan dengan pertanyaan mengenai variabel penelitian.

Teknik pengukuran skala seluruh variabel dalam penelitian adalah dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *likert* adalah skala yang sering digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang. Dengan skala tersebut maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator variabel tersebut dijadikan sebagai tolak-ukur untuk menyusun item-item instrumen pernyataan (Sugiyono, 2016: 93). Seluruh variabel dalam penelitian ini menggunakan skor seperti pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Skor Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor	
	Pernyataan positif	Pernyataan negatif
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5
TS(Tidak Setuju)	2	4
Netral	3	3
S (Setuju)	4	2
SS(Sangat Setuju)	5	1

D. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X)

Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang-orang ataupun organisasi (Soemirat & Ardianto, 2007: 21). Untuk mengukur variabel ini, peneliti menggunakan 10 item pernyataan yang dikembangkan oleh Huang & Lien (2012). Adapun contoh dari pernyataannya adalah “Bank Muamalat dapat dipercaya”.

2. Variabel Dependen (Y)

Loyalitas (Y₁)

Menurut Tjipjono (2008) loyalitas merupakan komitmen yang kuat dari konsumen untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian produk atau jasa secara konsisten. Untuk mengukur variabel ini peneliti menggunakan 7 item pernyataan yang dikembangkan oleh Anderson &

Swaminathan (2011). Contoh dari pernyataannya adalah “Saya jarang memikirkan untuk beralih ke layanan bank lain”.

Switching Intention (Y₂)

Menurut Oliver (1997) mendefinisikan *switching intention* sebagai penegasan keinginan seseorang untuk berpindah dari penyedia jasa yang sekarang ke penyedia jasa yang lainnya. Alat yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah 4 item pernyataan yang dikembangkan oleh Mohsan *et al.* (2011). Contoh dari pernyataannya adalah “Saya akan beralih ke bank lain yang menawarkan keuntungan yang lebih baik”.

3. Variabel Pemoderator (Z)

Kepercayaan

Menurut Peppers & Rogers (2004) kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam *relationship* dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Alat ukur yang digunakan untuk variabel ini adalah 5 item pernyataan yang dikembangkan oleh Chang *et al.* (2013). Contoh dari pernyataannya adalah “Pada umumnya saya merasa bahwa Bank Muamalat memiliki integritas yang tinggi”.

E. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur kualitas instrumen penelitian. Instrument dapat dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur

apa yang seharusnya diukur (Ghozali, 2011: 52). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan bantuan SPSS 24. Menurut Hair *et al.* (2014) sebuah instrumen penelitian dapat diterima jika nilai loading dari setiap itemnya lebih besar dari 0,4.

F. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berfungsi untuk mengukur suatu yang merupakan indikator dari variabel. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika instrumen tersebut dapat digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama dan akan menghasilkan data yang konsisten (Ghozali, 2011: 47). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan bantuan SPSS 24. Menurut Hair *et al.* (2014) sebuah instrumen dalam penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Nilai *Cronbach Alpha* yang semakin mendekati angka 1 maka semakin baik instrumen pengukuran.

G. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan uji analisis regresi maka terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi klasik pada data yang akan diolah sebagai berikut (Ghozali, 2011: 105):

1. Uji multikolonieritas, digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan

VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk melihat adanya gejala multikolonieritas adalah nilai *tolerance* yang lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF yang lebih besar dari 10.

2. Uji heteroskedastisitas, digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka terjadi homokedastisitas, dan apabila berbeda maka disebut heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik *Scatterplot*, jika tidak ada pola tertentu dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.
3. Uji normalitas, digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi, residual memiliki data terdistribusi normal atau tidak. Seperti yang diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila nilai Z hitung lebih besar dari nilai Z tabel maka distribusi tidak normal dengan tingkat signifikansi diatas 0,05.

H. Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis 1 dan 2 akan dianalisis menggunakan regresi linier. Regresi linier didasarkan pada hubungan fungsional antara satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). Regresi linier digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan 2 yaitu pengaruh citra perusahaan

terhadap loyalitas dan pengaruh citra perusahaan terhadap *switching intention*. Untuk menguji hipotesis 3 dan 4 akan dianalisis menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Adapun rumus regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{LN: } \alpha + b_1 \text{ CP} + e. \quad \textbf{Hipotesis 1}$$

$$\text{SI: } \alpha + b_1 \text{ CP} + e. \quad \textbf{Hipotesis 2}$$

$$\text{LN: } \alpha + b_1 \text{ CP} + b_2 \text{ T} + b_3 \text{ CP} * \text{T} + e. \quad \textbf{Hipotesis 3}$$

$$\text{SI: } \alpha + b_1 \text{ CP} + b_2 \text{ T} + b_3 \text{ CP} * \text{T} + e. \quad \textbf{Hipotesis 4}$$