**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Pendeketan penelitian ini adalah penelitian *survey.* Penelitian *survey* merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti, dicatat, diolah dan dianalisis.[[1]](#footnote-1)

1. **Tempat dan Waktu Penelitian**
2. **Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Lampung, Provinsi Lampung memiliki banyaknya PT. BPRS yang tersebar diberbagai Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung. Namun dalam penelitian ini tempat penelitian yang menjadi pilihan peneliti adalah BPRS Kota Bumi, BPRS Bandar Lampung dan BPRS Metro Madani.

1. **Waktu Penelitian**

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari bulan November-Januari 2020.

1. **Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. **Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.[[2]](#footnote-2)Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data primer dari lapangan yaitu dari Nasabah PT. BPRS Seprovinsi Lampung.

1. **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapat dari sumber eksternal maupun internal.[[3]](#footnote-3)Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data sekunder dari buku-buku literatur dan dokumen-dokumen dari lembaga yang terkait.

1. **Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling***
2. **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[[4]](#footnote-4)Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan *murabahah* PT. BPRS yang ada di Provinsi Lampung. Banyaknya jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* PT. BPRS Provinsi Lampung adalah 258.617 nasabah.

1. **Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.[[5]](#footnote-5)Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Dalam menetapkan besarnya sampel (*sample size*) dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dan Husein Umar sebagai berikut:

Dimana:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasiyaituseluruh nasabah BUS Kota

Bandar Lampung

e : Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan

pengambilansampel yang masih ditolerir atau

diinginkansebanyak 10 %.

Berdasarkan pada rumus tersebut di atas, berikut ini adalah proses perhitungan dan hasil perhitungan sampel dalam penelitian ini, yaitu:

Berdasarkan proses perhitungan tersebut di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 99,9 orang yang di bulatkan menjadi 100 orang.

1. **Teknik *Sampling***

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berikut ini adalah data BPRS yang menjadi sampel penelitian, yakni:

1. BPRS yang masuk kedalam TOP *Three*
2. BPRS memiliki banyak kantor cabang
3. BPRS yang memiliki Laba/Rugi Tertinggi
4. BPRSyang merupakan BPRS murni bukan bentukan dari konvensional akuisisi ke syariah.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel di atas maka sampel dalam penelitian ini yakni, sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Data BPRS Propinsi Lampung Sebagai Sampel**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **BPRS** | **Tahun** | **Kantor Cabang** | **Laba/Rugi** |
| 1 | Kota Bumi | 2008 | 3 | 7.816.941 |
| 2 | Bandar Lampung | 2008 | 1 | 2.008.929 |
| 3 | Metro Madani | 2005 | 5 | 2.345.265 |

*Sumber: Data sekunder diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel di atas maka sampel dalam penelitian ini merupakan nasabah pembiayaan *murabahah* yang aktif pada ketiga BPRS yang masuk kedalam kriteria.

1. **Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Sedangkan definisi operasional itu sendiri yakni sebuah petunjuk untuk kita mengenai bagaimana cara mengukur suatu variabel. Jadi definisi operasional variabel merupakan informasi ilmiah yang dapat membantu peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama, karena dengan bantuan informasi tersebut maka peneliti akan mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun berdasarkan konsep yang sama. Berikut ini adalah penjelasan mengenai variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini, yakni:

1. **Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab atau berubahnya variabel lain (variabel dependen), juga sering disebut dengan variabel bebas, stimulus, predictor, eksogen atau antesendent yang sedang dianalisiis hubungannya atau pengaruhnya terhadap variabel terkait. Variabel independen biasanya disimbolkan dengan variabel (X).[[6]](#footnote-6)Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yakni *islamic marketing* (X1), penangan keluhan (X2) dan kepercayaan (X3). Berikut ini adalah penjelasan masing-masing variabel independen dalam penelitian ini, yakni:

Variabel X1 yaitu *islamic marketing. Islamic marketing* adalah Suatu strategi bisnis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu perusahaan kepada *stakeholder*-nya yang dalam kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori indikator atau karakteristik *islamic marketing* dari buku Hermawan. Berdasarkan buku tersebut terdapat 4 indikator mengenaik *Islamic Marketing,* yakni:[[7]](#footnote-7)

1. Teistis (*Rabaniyah)*
2. Etis (*Akhlaqiyah)*
3. Realistis (*Al-Waqi’iyah*)
4. Humanistis (*Al insaniyyah*)

Selanjutnya variabel X2 adalah penanganan keluhan. Penanganan keluhan merupakan Suatu strategi perusahaan untuk melakukan penangan komplain produk dan jasa atas ketidak puasan yang dirasakan oleh nasabah. Dalam penelitian ini peneliti mengambil teori indikator pada jurnal Victor Salay yang terdiri dari:[[8]](#footnote-8)

1. Kecepatan Penangan Keluhan
2. Penyelesaian Masalah secara memuaskan
3. Kemudahan prosedur mengajukan komplain

Selanjutnya variabel X3 adalah kepercayaan, kepercayaan merupakan kesediaan nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan sebagai suatu komponen yang penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan antara pihak perusahaan dengan konsumen. Dalam penelitian ini terdapat 3 indikator yang peneliti gunakan, yakni:[[9]](#footnote-9)

1. Kemampuan (*Ability)*
2. Kebaikan Hati (*Benevolence*)
3. Integritas (*Integritr*)
4. **Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas), juga sering disebut dengan variabel terikat, variabel responden atau endogen. Variabel inilah yang sebaiknya dikupas secara mendalam pada latar belakang penelitian. Berikan porsi yang lain dalam membahas variabel terikat daripada variabel bebasnya karena merupakan implikasi dari hasil penelitian. Variabel dependen biasanya disimbolkan dengan (Y).[[10]](#footnote-10)Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas. Loyalitas merupakan Suatu komitmen yang dipegang secara mendalam guna membeli atau mendukung menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.[[11]](#footnote-11) Indikator loyalitas ini menggunakan teori Jill Grifin yang terdiri dari 4 indikator, yakni:[[12]](#footnote-12)

1. Melakukan pembelian berulang
2. Membeli antar lini produk atau jasa
3. Merefrensikan kepada orang lain
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

**Tabel 3.3**

**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

| **Variabel** | **Definisi Operasional** | **Dimensi** | **Indikator** |
| --- | --- | --- | --- |
| *Islamic Marketing*  (X1) | Suatu strategi bisnis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu perusahaan kepada *stakeholder*-nya yang dalam kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.  (Hermawan dan Muhammad, 2008) | 1. Teistis (*Rabbaniyah*) | 1. Pegawai BPRS dalam memasarkan produknya tidak ada penipuan. 2. Petugas BPRS dalam memasarkan produknya tidak ingkar janji. |
| 1. Etis (*Akhlaqiyyah*) | 1. Petugas BPRS selalu memberikan pelayanan dan informasi yang jelas dan tepat waktu. 2. Pegawai BPRS bersikap ramahdan sopan. 3. Pegawai BPRS selalu mengedepankan etika dan rendah hati. |
| 1. Reaslistis (*Al-Waqi’iyyah*) | 1. Pegawai BPRS berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja dan memakai busana muslim. 2. Pegawai BPRS paham atau menguasai dan memahami dengan baik produk-produk yang ditawarkan. |
| 1. Humanistis (*Insyaniyyah*) | 1. PegawaiBPRS mampu berkomunikasi dengan baik terhadap nasabah. 2. Pegawai BPRStidak membeda-bedakan status semua nasabah (dalam pelayanannya tidak membeda-bedakan anatara nasabah yang kaya dan miskin). 3. Pegawai BPRS siap memberikan pelayanan dan membantu kesulitan yang dialami oleh nasabahnya. |
| Penanganan Keluhan  (X2) | 1. Suatu strategi perusahaan untuk melakukan penangan komplain produk dan jasa atas ketidak puasan yang dirasakan oleh nasabah.   (Sumarno, 2007) | 1. Kecepatan penanganan keluhan | 1. pelayanan karyawan BPRS dalam menerima keluhan nasabah dengan cepat dan tanggap. |
| 1. Penyelesaian masalah secara memuaskan | 1. keramahankaryawan BPRS saat menangani keluhan nasabah. 2. pendekatan kekeluargaan karyawan BPRS dalam menangani keluhan nasabah. 3. penyelesaian keluhan secara keseluruhan dari BPRS. 4. solusi yang diberikan oleh BPRS. |
| 1. Kemudahan prosedur pengajuan complain | 1. Prosedur pengajuan komplain di BPRS mudah dipahami. 2. Prosedur pengajuan komplain di BPRS dengan proses yang mudah. |
| Kepercayaan  (X3) | kesediaan nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan sebagai suatu komponen yang penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan antara pihak perusahaan dengan konsumen.   1. (Kotler dan keller, 2009) | 1. Kemampuan (*Abality)* | 1. Saya merasa BPRS mempunyai reputasi yang bagus. 2. BPRS memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan. 3. Saya merasa pelayanan terhadap konsumen merupakan hal yang terbaik bagi BPRS. 4. Saya merasa pegawai BPRS mempunyai keahlian yang sesuai dengan bidangnya. |
| 1. Integritas (*integrity)* | 1. BPRS selalu melakukan pengecekan sebelum dan sesudah menyalurkan pembiayaan. 2. Saya yakin BPRS merupakan BPRS yang kompeten. |
| 1. Kebaikan hati (*Benevolence)* | 1. BPRS selalu memberikan yang terbaik bagi Nasabahnya. 2. BPRSakan memberikan pelayanan semaksimal mungkin demi kepuasan Nasabahnya. |
| Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah*  (Y) | Suatu komitmen yang dipegang secara mendalam guna membeli atau mendukung menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.  (Kotler dan Keller, 2009) | 1. Melakukan pembelian berulang | 1. Saya merasa senang menggunakan produk dari BPRS. 2. Saya merasa puas menggunakan produk dari BPRS. 3. Saya merasakan manfaat setelah mendapatkan pembiayaan. 4. Saya merasa puas dengan pelayanan komplain dari BPRS. |
| 1. Membeli antar lini produk atau jasa | 1. Saya akan tetap menggunakan produk dari BPRS. 2. Saya membandingkan kualitas Produk BPRS dengan Produk Lembaga Keungan lainnya. |
| 1. Mereferensikan kepada orang lain | 1. Saya akan merekomendasikan produk BPRS kepada kerabat dekat atau teman-teman sejawat |
| 1. Menunjukan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing tersebut. | 1. Saya tidak akan beralih ke produk pembiayaan BPRS Atau Bank Lainnya. 2. Saya berharap kualitas produk BPRS mendapatkan apresiasi positif dari konsumen. |

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dalam teknik pengumpulan data ini, peneliti menggunakan metode angket (Kuisioner) dan dokumentasi.

1. **Angket**

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[[13]](#footnote-13)

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban[[14]](#footnote-14), dengan pilihan jawaban responden sebagai berikut, yaitu:

**Tabel 3.1**

**Alternatif Jawaban**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Simbol | Alternatif Jawaban | Skor |
| SS | Sangat Setuju | 5 |
| S | Setuju | 4 |
| KS | Kurang Setuju | 3 |
| TS | Tidak Setuju | 2 |
| STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |

1. **Dokumentasi**

Dokumentasi adalah penyelidikan terhadap hal-hal atau variabel yang tertulis baik berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, catatan harian dan lain sebagainya.[[15]](#footnote-15)Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian dan kebutuhan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini.

1. **Uji Keabsahan Data**

Untuk keabsahan data maka sebelumnya data yang diperoleh dari lapangan akan diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji-uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. **Uji Validitas**

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan[[16]](#footnote-16).Validitas data dapat ditentukan dengan melihat tingkat signifikan korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total pertanyaan. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

1. Apabila r hitung > r tabel (pada taraf signifikan 0,05), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila r hitung < r tabel (pada taraf signifikan 0,05), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Adapun rumus yang digunakan untuk uji validitas dalam penelitian ini adalah dengan korelasi *Product moment* dengan angka kasar[[17]](#footnote-17) sebagai berikut:

Keterangan:

*Rxy* = Koefisien korelasi

*x* = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

*y* = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

∑*X* = Jumlah skor dalam distribusi X

∑*Y* = Jumlah skor dalam distribusi Y

∑*X*2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

∑*Y*2 =Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

∑*XY* = Jumlah hasil kali dari X dan Y

N = Banyaknya responden

1. **Uji Reabilitas**

Uji Reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran yang telah dilakukan dapat dipercaya.Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan secara *internal consistency,* yaitu mencobakan instrumen sekali saja.

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha.[[18]](#footnote-18)*Adapun rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

Keterangan:

*r*11 *= reliability instrumen*

*k =* Banyaknya butir pertanyaan

*=*Total Varian butir

= Varian total

Untuk mengetahui suatu instrumen dinyatakan reliabilitas, menurut sugiyono mengemukakan bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel, bila koefisien reliabilitas minimal 0.60.[[19]](#footnote-19)Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Alpha > 0.60, sedangkan suatu instrumen dinyatakan tidak reliabel jika nilai alpha < 0.60.

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. **UjiNormalitas**

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sebaran data penelitian yang telah dilakukan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolomogrov*-*Smirnov* karena lebih sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi di antara satu pengamat dengan pengamat lain. Konsep dasar dari uji normalitas kolonograv-smirnov adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal bakuadalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Untuk mengetahui apakah datanya normal, mendekati normal atau tidak normal, keadaan data yang seperti ini menandakan data dapat digunakan dalam penelitian. Langkah-langkah yang dapat dilakukan sebagai berikut:[[20]](#footnote-20)

1. Hipotesis

H0 : Sampel berasal dari populasi berdistribusi normal

H1 : Sampel berasal dari populasi berdistribusi tidak normal

1. Taraf signifikasi (α) = 0.05
2. Statistik uji

F(*zi*) ̶ *S* (*zi*) atau LO = max │(*zi*) ̶ (S*zi*)│

Langkah-langkah perhitungan dari rumus yang tertera di atas adalah sebagai berikut:

1. Mengurutkan data populasi dari yang terkecil hingga yang terbesar.
2. Menentukan nilai Z dari tiap-tiap data, atau *x1, x2,…, xn*dijadikan bilangan baku *z1, z2, …, zi*dengan menggunakan rumus:

Keterangan: *zi* = Bilangan baku

*xi* = Data dari hasil pengamatan

*x* = Rata-rata sampel

1. Menghitung proposi:

S(*zi*) =

1. Menentukan nilai L0 dengan mengambil nilai mutlak terbesar dari selisih F(*zi*) ̶ *S* (*zi*) atau LO = max │(*zi*) ̶ (S*zi*)│
2. Kriteria uji

H0 diterima, jika Lhitung< Ltabel

1. Kesimpulan
2. H0 Diterima maka sampel berasal dari populasi berdistribusi normal.
3. H0 Ditolak maka Sampel berasal dari populasi berdistribusi tidak normal.[[21]](#footnote-21)
4. **Uji Linieritas**

Uji linieritas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat sifat linier atau tidak antara variabel bebas dengan variabel terikat yang ada dalam penelitian ini. Berikut ini adalah langkah-langkah pengujian linieritas, yaitu:

1. Fhitung =

Keterangan:

Fhitung: Koefisien regresi

RKreg: Reratan kuadrat garis regresi

RK res : Rerata kuadrat residu

1. Ftabel= (1-α) (k-2;n;k)
2. Kesimpulan
3. Jika Fhitung> Ftabel maka H0 ditolak berarti persamaannya tidak linier.
4. Jika Fhitung< Ftabel maka H0 diterima berarti persamaannya linier.
5. **Uji Regresi Berganda**

Uji Regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhvariabel bebas yang terdiri dari *Islamicmarketing*, penanganan keluhan dan Kepercayaan terhadap variabel terikat yaitu*loyalitas* nasabah pembiayaan *murabahah*.[[22]](#footnote-22) Berikut ini adalah rumus analisi regresi berganda yakni, sebagai berikut:

Y=a+b1x1+b2x2+…+bnxn

Keterangan:

Y = Variabel terikat

α = elemen konstanta

β = koefisien regresi variabel independen

X= Variabel bebas

1. **Uji Hipotesis**
2. **Uji T**

Fungsi uji T adalah untuk menguji koefisien regresi secara parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya yaitu, sebagai berikut:[[23]](#footnote-23)

1. Jika t hitung>t tabeldengan dk= n-2 dan α= 0,05 maka H0 ditolak dan jika sebaliknya maka H0 diterima.
2. Jika sig. < 0,05 maka H0 ditolak dan jika sebaliknya maka H0 diterima.

Berikut ini adalah rumus dalam melakukan uji T, yakni sebagai berikut:

*t* =

Keterangan: t = t hitung

𝜒 = rata-rata sampel

µ0 = rata-rata spesifik atau rata-rata tertentu (yang menjadi pembanding)

s = standart deviasi sampel

n = jumlah sampel

1. **Uji F**

Fungsi uji F yaitu untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah,sebagai berikut:

Keterangan: F= Uji SignifikansiKorelasi Linier

n= Jumlah sampel

m= Jumlah anggota predictor

R2= Korelasi Linier

1. **Uji Koefisien Determinasi (R2)**

Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.[[24]](#footnote-24)Secara umum koefisien determinan untuk data silang (*crossection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data tuntun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Untuk menjelaskan aplikasi dengan menggunakan program SPSS. Berikut ini rumus koefisien determinasi, yakni:

Kd = r2 x 100%

Keterangan: Kd = Koefisien determinasi

r2= Kuadrat koefisien korelasi

1. **Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat diolah, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.[[25]](#footnote-25)Analisis data dalam penelitian merupakan suatu kegiatan yang sangat penting dan memerlukan ketelitian serta kekritisan dari peneliti.

Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan penelitian studi kasus yang dipergunakan untuk mengumpulkan, mengelola dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah mendapatkan gambaran mengenai objek dari penelitian tersebut. Deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu menganalisis pengaruh antar variabel.

1. Bambang Prasetya dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif,* ( Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 44 [↑](#footnote-ref-1)
2. Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesisi Bisnis*, (jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 42 [↑](#footnote-ref-2)
3. Suharto Dkk, *Perekayasa Metodologi Penelitisn,* (Yogyakarta: Andi Press, 2011), hlm. 87 [↑](#footnote-ref-3)
4. Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi,* (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 57 [↑](#footnote-ref-4)
5. *Ibid*, hlm 91 [↑](#footnote-ref-5)
6. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* (Bandung: IKAPI, 2014), hlm. 44 [↑](#footnote-ref-6)
7. Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2008), hlm. 28 [↑](#footnote-ref-7)
8. Victor Salay, 2013, Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Cabang Kertajaya di Surabaya, No. 1, Vol. 2. [↑](#footnote-ref-8)
9. Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D, *An Integratif Model of Organizational Trust, Academy of Management Review,* 30 (3), 1995, hlm. 709-734. [↑](#footnote-ref-9)
10. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* (Bandung: IKAPI, 2014), *.*hlm.118 [↑](#footnote-ref-10)
11. Kotler dan Keller, *Ibid. 138* [↑](#footnote-ref-11)
12. Jill Griffin, *Ibid.,* hlm 31 [↑](#footnote-ref-12)
13. Supardi, *Metedologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis,* (Yogyakarta:UII Press, 2005), hlm. 127 [↑](#footnote-ref-13)
14. Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Cetakan IV* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hlm. 45 [↑](#footnote-ref-14)
15. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar,* (Jakarta: Bumi Aksara, 1989), hlm. 274 [↑](#footnote-ref-15)
16. Pabundu Tika, Metedologi riset bisnis, (Jakarta:Bumi Aksara, 2006), hlm. 65 [↑](#footnote-ref-16)
17. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm 223 [↑](#footnote-ref-17)
18. Sugiyono, *Metode Penelitan Administrasi,* (Bandung:alfabeta, 2006), hlm. 135 [↑](#footnote-ref-18)
19. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* (Bandung:alfabeta, 2012), hlm. 184 [↑](#footnote-ref-19)
20. Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS,* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, 2006), hlm. 325 [↑](#footnote-ref-20)
21. Novalia, Muhammad Syazali, *Olah Data Penelitian,* (Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja, 2016), hlm. 170-171 [↑](#footnote-ref-21)
22. Dwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis dan Penelitian SPSS,* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hlm. 54 [↑](#footnote-ref-22)
23. Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian,* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm.34 [↑](#footnote-ref-23)
24. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B, (*Bandung: IKAPI, 2016), hlm. 45 [↑](#footnote-ref-24)
25. Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 248 [↑](#footnote-ref-25)