

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial (Bi Rahmani, 2016). Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Setiap variabel yang di tentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut.

Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form* kepada nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini akan penulis paparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Table 1.1 Waktu Penelitian

No	Nama Kegiatan	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	J
		a	p	e	u	u	g	e	k	o	e	u	u
		r	r	i	n	l	s	p	t	v	s	n	l
		2022										2023	
1	Pengajuan Judul Skripsi												
2	Bimbingan Proposal Skripsi												
3	Seminar Proposal Skripsi												
4	Penelitian												
5	Bimbingan Skripsi												
6	Sidang Munaqasah												

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli ataupun pertama yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesionerangket. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, dapat berasal dari sumber ke dua. Data sekunder dapat diperoleh dari buku-buku, artikel, jurnal serta website yang berkaitan (Sugiyono, 2018).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini seluruh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

Adapun alasan memilih Mahasiswa universitas Islam Negeri Sumatera Utara kerana saat ini Universitas Islam Negeri Sumatera Utara melakukan berbagai transaksi melalui Bank Syariah Indonesia, salah satunya pembayaran UKT melalui Bank Syariah Indonesia.

2. Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden, dengan data yang diambil adalah data dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka dari itu sampel dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel harus benar-benar sesuai dengan karakteristik suatu populasi (Sugiyono, 2018).

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagian setiap

unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi bagian anggota sampel. Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*, sedangkan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam pengambilan sampel ada kriteria yang harus dipenuhi. Kriteria tersebut sebagai berikut:

1. Responden merupakan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).
2. Responden adalah nasabah yang aktif melakukan transaksi melalui *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

Dalam penelitian ini, dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui maka untuk penentuan ukuran sampel menggunakan rumus *Unknown Population* atau teknik sampling kemudahan (Wibisono, 2003).

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n :Jumlah Sampel

$Z_{\alpha/2}$: Tinggi Kepercayaan 95%=1,96

σ : Standar Devisi = 0,25

e : Standart error atau error estimasi = 5%

$$n = \left(\frac{1,96_{\alpha/2} 0,25}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04 = 100$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas diperoleh $n = 96,04$ yang dibulatkan menjadi 100. Sehingga pada penelitian ini minimal responden yang dibutuhkan adalah 100 orang.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Pada prinsipnya meneliti merupakan pengukuran, sehingga harus memiliki alat ukur yang baik. Dalam penelitian alat ukur sering disebut sebagai instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur variabel yang diamati (Sugiyono, 2018).

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada yang digunakan dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam pengukuran ini adalah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018).

Penilaian skala Likert yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Penilaian Likert

No	Keterangan	Nilai
1	Sangat Setuju (ST)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada suatu penelitian dapat dilakukan dengan berbagai setting, sumber serta cara. Pada penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner (angket) dengan responden pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan memerlukan analisis data dengan prosedur statistik. Pada penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Berdasarkan tujuan penelitian ini yang telah ditetapkan, maka jenis penelitian ini adalah *explanatory research*.

Penelitian ekplanatori (*explanatory research*) merupakan penelitian yang membuktikan adanya sebab akibat dan hubungan yang mempengaruhi atau dipengaruhi dari dua atau lebih variabel yang diteliti (Umar, 2007). Pada penelitian ini terdapat hipotesis yang akan di uji kebenarannya.

Dalam penelitian ini, untuk melihat gambaran data responden yang telah terkumpul maka digunakan statistik deskriptif. Kemudian dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas untuk membuktikan setiap butir pernyataan valid dan reliabel, kemudian dilanjutkan dengan uji normalitas untuk memastikan sebaran data berdistribusi secara normal, analisis korelasi untuk mengetahui hubungan linear antar variabel. Statistik inferensial digunakan untuk menguji taraf signifikansi dalam penelitian ini, yang didasarkan pada uji t dan uji F. Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang di olah menggunakan *software microsoft excel 2013*, *SPSS 25*, dan dikalkulator sobel.

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penyajian data statistik deskriptif dapat melalui tabel, grafik, diagram, diagram lingkaran, dan sejenisnya (Arfan Ikhsan, 2018).

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan data dari responden yang mencakup jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, serta pendapatan yang disajikan dalam bentuk tabel.

2. Uji Kualitas Data

Data merupakan gambaran dari variabel-variabel yang diteliti dan digunakan untuk mengukur hipotesis. Benar tidaknya data akan menentukan kualitas hasil penelitian. Sedangkan akurat atau tidaknya data tergantung pada kualitas instrumen pengumpul data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua syarat, yaitu valid dan reliabel. Untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas Data

Uji validitas diperlukan untuk menunjukkan seberapa baik instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian yang bersifat deskriptif maupun eksplanatif yang melibatkan variabel atau konsep yang tidak bisa diukur secara langsung, alat ukur harus valid agar penelitian dapat dipercaya.

Jika nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator $<0,05$, maka data dinyatakan valid. Adapun uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$.

Uji validitas kemudian diolah menggunakan program SPSS untuk

menghasilkan *ouput* berupa kolom *corelation* yang didalamnya menunjukkan nilai signifikansi.

b. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dibuktikan dengan menguji konsisten dan stabil. *Cronbach's Alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach's Alpha* dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antara item yang mengukur konsep. Suatu variabel penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>0,70$ (Ghozali, 2010).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui atau mengukur suatu kumpulan data memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam melakukan uji parametrik seperti uji t, uji normalitas penting dilakukan untuk mengasumsikan bahwa sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi sehingga hasil dari penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi.

Terdapat dua metode dalam uji normalitas, yaitu metode deskriptif yang terdiri dari koefisien Varins (CoV), Rasio Skewness, Rasio Kurtosis, Histogram, Boxplot, Normal q-q Plot, Dedrended q-q Plot. Sedangkan metode analitik terdiri dari *Kolmogorov-Sminov* dan *Shapiro-wilk*. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov* karena tidak menimbulkan banyak persepsi antar peneliti dimana hal ini banyak terjadi pada uji normalitas berbasis grafik. Selain itu, pengujian

dengan menggunakan uji ini juga terbilang sederhana. Kriteria uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

Jika nilai probabilitas $\text{sig} > 0,05$, maka data berdistribusi normal


Jika nilai probabilitas $\text{sig} < 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antar variabel. Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dengan menggunakan skala pengukuran numerik pada variabel independen dan dependen. Nilai korelasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 atau jika disertai arahnya nilainya antara -1 sampai dengan +1. Berikut interpretasi hasil uji korelasi berdasarkan kekuatan korelasi secara statistik, arah korelasi dan nilai p (Rohana, 2014).

Tabel 3. 3 Panduan Uji Korelasi dan Spearman

Parameter	Nilai	Interpretasi
Kekuatan Korelasi (r)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 0,00 - 0,25 2. 0,26 - 0,50 3. 0,51 - 0,75 4. 0,76 - 1,00 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada hubungan/hubungan lemah 2. Hubungan sedang 3. Hubungan Kuat 4. Hubungan sangat kuat
Nilai P	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai P < 0,05 2. Nilai P > 0,05 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat korelasi yang bermakna antara variabel independen dengan variabel dependen 2. Tidak terdapat korelasi yang bermakna antara variabel independen dengan variabel dependen
Arah Korelasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Positif (+) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Searah artinya semakin tinggi nilai variabel X semakin

	<p>2. Negatif (-)</p> 	<p>tinggi nilai variabel Y. Hal ini terjadi karena jika kenaikan satu diikuti kenaikan variabel lain.</p> <p>2. Berlawanan arah artinya, artinya smakin tinggi nilai variabel X semakin kecil nilai variabel Y. Hal ini terjadi karena jika kenaikan satu variabel diikuti penurunan variabel lain .</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Penelitian ini menggunakan model analisis jalur (*path analysis*) karena diantara variabel independen dengan variabel dependen terdapat variabel mediasi yang mempengaruhi. Teknik analisis jalur ini akan digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur hubungan kausal antara variabel *Customer Perceived Value* (X1) dan *Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y) dengan Loyalitas (Z) sebagai variabel intervening.

Analisis jalur (*Path Analysis*) digunakan untuk menganalisis pola antar variabel yang memiliki tujuan mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen (Alma, 2011). Dalam penelitian ini perhitungan analisis jalur menggunakan *software* SPSS 25.

Langkah-langkah dalam analisis jalur menurut Alma dan Kuncoro (2014) adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis dan persamaan struktural

$$\text{Sub struktur I} \quad : Y = \rho_{YX_1} X_1 + \rho_{YX_2} X_2 + \epsilon_1$$

$$\text{Sub Struktur II} \quad : Z = \rho_{ZX_1} X_1 + \rho_{ZX_2} X_2 + \rho_{ZY} Y + \epsilon_2$$

Keterangan:

X_1 = *Customer Perceived Value*

X_2 = *Trust*

Y = *Kepuasan*

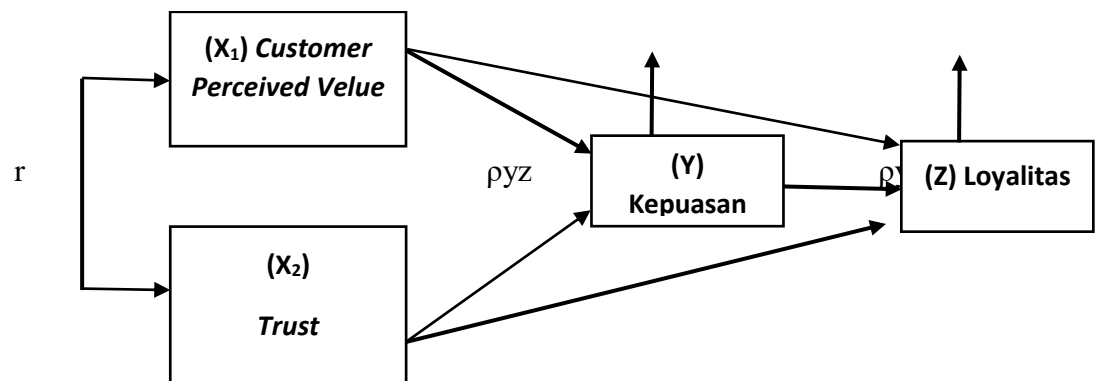
Z = *Loyalitas*

ϵ = *Error*

2. Menghitung koefisien korelasi antar variabel
3. Menghitung koefisien jalur secara parsial (individu)
4. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)
5. Menghitung besaran kontribusi antar variabel independen dan dependen dengan koefisien determinasi.
6. Meringkas dan menyimpulkan

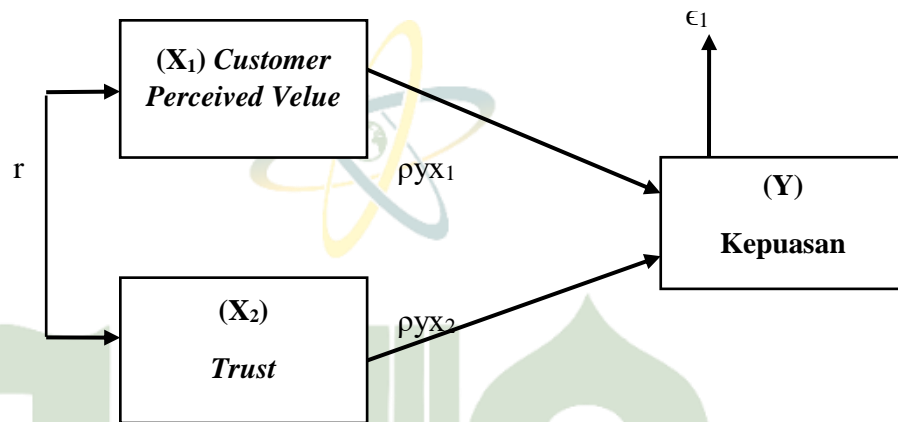
Dalam penggunaan analisis jalur pada penelitian yang berkaitan, maka penelitian harus menyusun model hubungan antar variabel yang dalam hal ini disebut diagram jalur yang digambarkan sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISI AM NEGERI
Gambar 3. 1 Diagram Jalur Hubungan X_1 , X_2 , dan Y ke Z



Gambar 3.1 memperlihatkan bahwa pada diagram path analysis di atas terdiri dari dua variabel independen yaitu *Customer Perceived Value* (X1) dan *Trust* (X2), satu variabel dependen yaitu Loyalitas (Z), serta satu variabel intervening yaitu kepuasan (Y). Selanjutnya dari hipotesis yang ada, maka terbentuklah sub struktur yang terdiri dari sub struktur I dan sub struktur II, sebagai berikut:

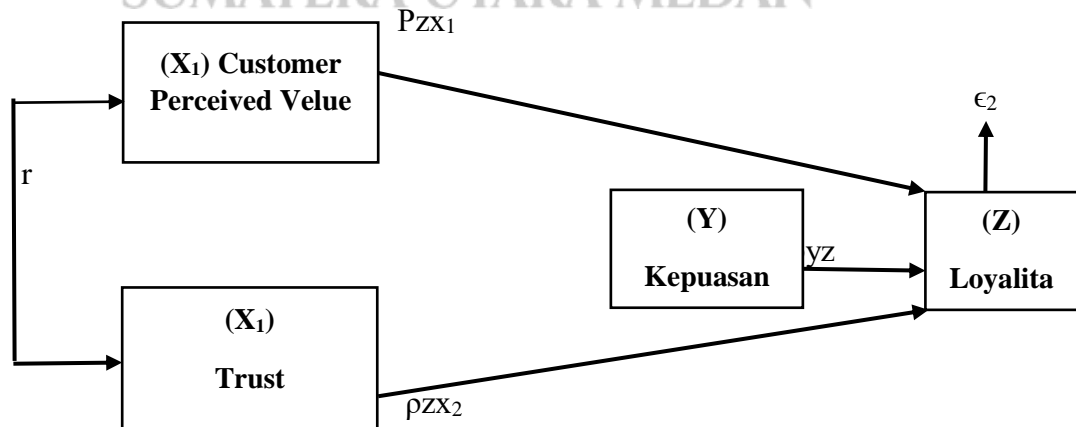
Gambar 3. 2 Sub Struktur I. Hubungan X1 dan X2 ke Y



Gambar 3.2 di atas menjelaskan hubungan antara variabel X1 dan X2 yang merupakan variabel independen terhadap variabel intervening Y yang merupakan sub struktur I dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \rho_{YX_1} X_1 + \rho_{YX_2} X_2 + \epsilon_1$$

Gambar 3. 3 Sub Struktur II. Hubungan X1, X2, dan Y ke Z



Gambar 3.3 di atas menjelaskan hubungan antara variabel X1 dan X2 yang merupakan variabel independen, variabel dependen Z serta variabel intervening Y yang merupakan sub struktur II dengan persamaan sebagai berikut:

$$Z = \rho_{ZX_1} X_1 + \rho_{ZX_2} X_2 + \rho_{ZY} Y + \epsilon_2$$

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut (Syafina, 2018).

a. Uji t (Hipotesis Parsial)

Uji t (t tes) atau disebut juga uji parsial merupakan uji untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2010). Untuk menginterpretasikan besaran antar variabel dapat dilihat dari output data setelah diolah dengan melihat angka *Standardized Coefficient* atau *Beta*.

Hipotesis diterima jika signifikan $< \alpha 0,05$ dan koefisien regresi searah dengan hipotesis. Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, H_0 diterima

Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, H_0 ditolak

b. Uji F (Uji Hipotesis Simultan)

Uji F atau uji hipotesis secara simultan merupakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi. Perhitungan dalam uji F dapat dilihat pada output data yang telah diolah dalam program SPSS pada tabel Anova.

Menurut Ghozali (2018) untuk menguji hipotesis secara simultan digunakan statistik F dengan kriteria, sebagai berikut:

- Pada derajat kepercayaan 5%, hipotesis alternatif dapat diterima dengan menyatakan seluruh variabel bebas secara bersama-sama dan signifikan mempengaruhi variabel terikat.

Jika sig.perhitungan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika sig.perhitungan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil mengartikan bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang mendekati satu mengartikan bahwa variabel-variabel independen dapat memberikan penjelasan yang baik dalam memprediksi variabel dependen.

Pada tabel model summary kolom R Square pada output SPSS yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi terlampir angka yang digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh antar variabel. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

6. Uji Sobel (Sobel Test)

Untuk menguji peran mediasi variabel kepuasan (Y) dalam penelitian ini, pengujian hipotesis mediasi dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel. Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen. Pada penelitian ini, uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh

tidak langsung variabel independen *Customer Perceived Value* (X1) dan *Trust* (X2) kepada variabel dependen *Loyalitas* (Z) melalui variabel intervening *Kepuasan* (Y).

Besarnya standart error pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) Sp^2p^3 dihitung dengan rumus dibawah ini:

$$Sp^2p^3 = \sqrt{P3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

Keterangan:

$P2$ = *Unstandarrized Coefficient* beta variabel independen

$P3$ = *Unstanderrized Coefficient* beta variabel intervening

$Sp2$ = *Standart error* independen

$Sp3$ = *Standart error* intervening

Berdasarkan hasil Sp^2p^3 di atas, selanjutnya dapat dihitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus berikut:

$$t = \frac{p2p3}{Sp2p3}$$

- Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96, dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi signifikansi dan memiliki pengaruh mediasi (Ghozali, 2018).
- Jika nilai Z sobel (*z-value*) >1,96 atau tingkat signifikansi statistik z (*p-value*) < 0,05, berarti terdapat *indirect effect* atau pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui mediator yang signifikan (Hayes, 2004).

H. Devenisi Operasional Variabel

Devenisi operasional variabel menurut Sugyono (2018) adalah atribut atau obyek dengan variasi tertentu yang telah ditentukan kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti.

Tabel 3. 4 perasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Customer Perceived Value (X1) (Sweeney & Soutar, 2001 dalam Beraies et al., 2017)	<i>Emotional Value</i>	1. Perasaan atau emosi positif 2. Kenyamanan terhadap suatu produk	Likert
	<i>Social Value</i>	3. Kemampuan produk meningkatkan konsep diri 4. Kemampuan produk memberikan kesan yang baik	Likert
	<i>Quality/Performance Value</i>	5. Manfaat yang diterima dari produk 6. Konsistensi suatu produk	Likert
	<i>Price/Value for Money</i>	7. Utilitas yang didapat karena reduksi biaya jangka pendek 8. Biaya yang ekonomis	Likert
Trust(X2) (McKnight et., 2002 dalam Adji & Samuel, 2014)	<i>Trusting Belief</i>	1. Keyakinan mendapatkan pelayanan yang baik (<i>Benevolance</i>)	Likert
		2. Keyakinan bahwa jasa dapat diandalkan (<i>Integrity</i>)	Likert
		3. Keyakin bahwa jasa memiliki kemampuan yang optimal (<i>Competence</i>)	Likert
	<i>Trusting Intention</i>	4. Kesedian untuk bergantung dalam menerima risiko (<i>Willingness to depend</i>)	Likert

		5. Ketersediaan secara subjektif (<i>Subjective probability of depend</i>)	Likert
Kepuasan (Y) (Fornel, 1992 dalam Hijjah & Ardiansari 2015)	<i>Overall satisfaction</i>	1. Perasaan puas terhadap suatu jasa 2. Perasaan puas terhadap pengalaman yang di dapatkan	Likert
	<i>Confirmation of of expectation</i>	3. Kesesuaian harapan dengan kinerja aktual 4. Kesesuaian kebutuhan dengan layanan yang diberikan	Likert
	<i>Comparison to ideal</i>	5. Perasaan puas setelah menggunakan jasa dibanding dengan jasa lain	Likert
Loyalitas Nasabah (Z) (Griffin 2010 dalam Bismo et al.,2018)	<i>Makes regular repeat purchase</i>	1. Melakukan transaksi dengan produk secara terus menerus 2. Melakukan transaksi kembali dengan produk di masa depan	Likert
	<i>Purchases across product and service lines</i>	3. Membeli diluar ini produk atau jasa dari perusahaan yang sama	Likert
	<i>Refers other</i>	4. Merekomendasikan produk atau jasa ke orang lain	Likert
	<i>Demonstrates an immunity to the full of the competition</i>	5. Tidak terpengaruh dengan merek lain yang sejenis	Likert



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN