

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* (penjelasan). Menurut Sugiyono (2010:10) penelitian *explanatory* adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variable-variabel yang diteliti serta hubungan antar satu variable dengan variable yang lain. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian ini adalah penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang adanya hubungan variabel bebas yakni kualitas pelayanan kepercayaan, terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan, dan variabel interveningnya kepuasan nasabah.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian dapat diklarifikasikan menjadi 2 yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2), Kepuasan Pelanggan (X3).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah Loyalitas Pelanggan.

Variabel adalah konsep yang memperlihatkan suatu derajat atau konsep yang mempunyai variasi nilai. Dalam penelitian ini membedakan antara Variabel bebas dan Variabel terikat, yang masing-masing akan diuraikan seperti dibawah ini :

Tabel 3.1
Variabel, Indikator, dan Item Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Persepsi Pelayanan Nasabah	<ul style="list-style-type: none"> 1) Bukti fisik (sarana fisik) bank 2) Keandalan dalam melayani nasabah bank 3) Daya tanggap dalam melayani nasabah 4) Jaminan keamanan dari bank 5) Perhatian dalam melayani nasabah bank
2.	Kepercayaan (X2)	Tingkat kepercayaan nasabah	<ul style="list-style-type: none"> 1) Bank sapat dipercaya dan diandalkan 2) Kemampuan bank dalam merealisasikan janji-janji yang telah disampaikan kepada nasabah 3) Perasaan aman dan yakin pada diri konsumen
3	Kepuasan Pelanggan (X3)	Tingkat kepuasan nasabah	<ul style="list-style-type: none"> 1) Kemudahan dalam mengatasi keluhan nasabah 2) Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan fasilitas bank 3) Kesesuaian dengan harapan nasabah 4) Pelayanan yang melebihi harapan nasabah

No	Variabel	Indikator	Item
4.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Tingkat loyalitas nasabah	1) Pelanggan tetap menggunakan jasa bank BTN daripada di bank yang lain 2) Menggunakan jasa Bank BTN merupakan keputusan yang paling tepat 3) Nasabah yang mereferensikan kepada orang lain. 4) Nasabah yang tidak dapat dipengaruhi siapapun untuk pindah dari Bank BTN

Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Variabel-Variabel tersebut adalah pengukuran *ordinal* yaitu yang memungkinkan peneliti untuk mengurutkan responden dari tingkat paling rendah ke tingkat paling tinggi menurut suatu atribut tertentu. Selanjutnya ukuran ordinal dapat dikerjakan melalui penyusunan skala dengan menggunakan teknik pengukuran angket yaitu dengan menurut Riduwan & Kuncoro (2006:20) Skala Likert dimana masing-masing pertanyaan diberi skor 1 sampai dengan 5 dengan bobot nilai dari masing-masing jawaban adalah sebagai berikut :

- a. Apabila jawaban A = "Sangat Setuju" diberi skor 5
- b. Apabila jawaban B = "Setuju" diberi skor 4
- c. Apabila jawaban C = "Kurang Setuju" diberi skor 3
- d. Apabila jawaban D = "Tidak Setuju" diberi skor 2
- e. Apabila jawaban E = "Sangat Tidak Setuju" diberi skor 1

Demikian metode yang diberikan oleh peneliti untuk mengukur pengaruh variabel-variabel yang akan diteliti melalui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan.

3.3 Populasi, Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2007:72), “.Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BTN Malang. Diungkapkan oleh Zuriah (2007:119), bahwa sampel sering didefinisikan sebagai bagian dari populasi. Syarat utama dalam pengambilan sampel adalah bahwa sampel itu harus memiliki sifat representatif. Sampel dikatakan representatif jika sampel mampu mewakili populasi yang ada. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Bank BTN Malang. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BTN Malang dengan jumlah nasabah selama bulan Maret sebanyak 2.362 orang Nasabah. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Menurut Zuriah (2007:124) menyatakan *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan populasi yang diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian yakni pelanggan minimal berusia 17 tahun, dan telah menggunakan jasa Bank BTN Malang lebih dari 1 tahun. Penentuan jumlah sampel dari populasi dengan menggunakan rumus Slovin dalam Consuelo G Sevilla (2002:60), sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran sample

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan (persentasi kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sample) sebesar 10%.

Adapun sample minimal yang digunakan dalam penelitian kali ini dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{2.362}{1 + 2.362 (0,1)^2}$$
$$n = 96 \text{ (pembulatan)}$$

Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan berupa survei. Survei dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden yang diteliti. Dalam penelitian ini kuesioner atau pertanyaan yang diajukan kepada para responden/nasabah Bank BTN Malang. Teknik ini diharapkan ada standar jawaban yang tepat dalam pengumpulan data. Kuesioner yang diajukan untuk responden merupakan pertanyaan tertutup, yaitu kuesioner dimana responden hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia, sehingga responden tinggal memberi tanda atau mengisi skala-skala yang sudah ditentukan.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

a. Pengujian Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat itu mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun dan Effendi, 2006). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Validitas instrumen dapat diuji dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dari variabel yang diuji

validitasnya. Untuk menguji validitas instrumen penelitian ini digunakan teknik korelasi produk moment seperti pada Singarimbun (2006:137). Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *Product Moment Pearson* dengan level signifikansi 5%. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka instrumen dinyatakan valid dan apabila probabilitas hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%), maka instrumen dinyatakan tidak valid. Selain itu dapat dilakukan dengan membandingkan

- 1) $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir atau variabel tersebut valid.
- 2) $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah penilaian derajat konsistensi antara berbagai pengukuran dari sebuah variabel. Terdapat beberapa cara untuk mengukur keandalan suatu konsep dalam penelitian. Salah satu caranya adalah dengan metode Cronbach's alpha. Menurut Singarimbun (2003:139), Cronbach's alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik hal dalam sebuah kumpulan berhubungan positif antara satu dengan yang lain. Menurut Arikunto (2006:197), Cronbach's alpha merupakan yang paling sering digunakan untuk mengukur nilai keandalan dari data yang dikumpulkan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan Cronbach's alpha untuk mengukur keandalan data. Dijelaskan lebih lanjut oleh Arikunto (2006:137), nilai terendah untuk Cronbach's alpha adalah 0,6.

3.6 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Agar dapat diperoleh nilai pemekira yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam pelaksanaan analisis data harus memenuhi beberapa kriteria asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Distribusi normal merupakan distribusi teoritis dari variabel random yang kontinyu (Dajan, 2002:172). Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dengan menggunakan distribusi normal, penyajian data lebih bermakna daripada hanya menggunakan penyajian kelompok saja. Dengan normalitas data, maka data dapat dilanjutkan penyajiannya dalam bentuk membedakan, mencari hubungannya dan meramalkannya. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal maka digunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov Goodnes of Fit Test* terhadap masing-masing variabel. Pengambilan keputusan: Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Tujuannya untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolonieritas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dalam penelitian ini dengan menggunakan *tolerance and variance inflation factor (VIF)* (Santoso,2006:206). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas dan begitu juga sebaliknya apabila VIF lebih besar dari 10 maka akan terjadi multikolineritas.

c. Uji Heterokodastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari

suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda, disebut heterokedastisitas (Umar, 2008). Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah uji glejser. Ghozali (2007) menyatakan, jika hasil koefisien uji glejser untuk variabel independen tidak ada yang signifikan, maka dapat disimpulkan metode regresi tidak terdapat heterokedastisitas.

2. Metode Analisa Data

a. Regresi berganda

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara dua variabel atau lebih, yaitu variabel bebas dengan variabel terikat, dengan rumusnya sebagai berikut :

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

Keterangan :	Y	=	Loyalitas Pelanggan
	β	=	koefisien Beta
	X_1	=	variabel kualitas pelayanan
	X_2	=	variabel kepercayaan
	X_3	=	variabel Kepuasan

b. Pengujian Hipotesis

➤ Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat (hipotesis I) , dengan rumus:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F	=	pendekatan distribusi probabilitas
R	=	koefisien determinan berganda
k	=	jumlah variabel bebas
n	=	jumlah sample

Prediksi variabel bebas untuk variabel tergantung adalah tepat jika memenuhi syarat:

$H_0: \rho = 0$, berarti tidak ada pengaruh yang berarti antara variabel bebas dengan variabel terikat.

$H_1: \rho \neq 0$, berarti ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Sedangkan kriteria penolakan hipotesis atas dasar signifikan pada taraf nyata adalah sebagai berikut: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$; H_1 diterima, H_0 ditolak, dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$; H_1 ditolak, H_0 diterima

➤ **Uji t**

Uji t ini dilakukan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat (hipotesis II), dengan rumus (Sudjana,2002:86):

$$t = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Keterangan :

b_i = koefisien regresi

Sb_i = standar error koefisien regresi

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada taraf uji 5 % berarti hipotesa nol (H_0) ditolak. Dengan demikian secara parsial variabel-variabel pemasaran mempunyai hubungan yang nyata/signifikan dengan kepuasan nasabah.

➤ **Uji B (Beta Coefficient)**

Menurut Ghozali (2005) uji dominan digunakan untuk mengetahui variabel mana yang dominan berpengaruh terhadap variabel terikat. Untuk menentukan variabel bebas yang paling menentukan (dominan) dalam memengaruhi nilai variabel terikat, maka menggunakan koefisien beta (*beta coefficient*). Koefisien tersebut

disebut *standardized coefficient*, jika salah satu variabel bebas mempunyai nilai *standardized coefficient* lebih besar daripada variabel bebas yang lain, maka dapat dijelaskan bahwa variabel bebas tersebut berpengaruh dominan terhadap variabel terikat.