

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analitis untuk mencari pengaruh variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu penelitian ini juga mendeskripsikan faktor demografi responden seperti pekerjaan, lama menjadi nasabah dan usia dikaitkan dengan loyalitas nasabah terhadap BNI.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Data adalah semua keterangan seseorang yang dijadikan responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik maupun dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian (Joko Subagyo,1997:87). Sumber data yang akan digunakan:

##### **1. Data Primer**

Menurut Nur dan Bambang (1999), data primer adalah sumber data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil pengisian kuesioner oleh nasabah PT BNI Tbk Kantor Layanan Tulang Bawang.

## 2. Data Sekunder

Menurut Nur dan Bambang (1999), data sekunder ialah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder dari penelitian ini diperoleh antara lain :

- a. Data-data perusahaan yang bersangkutan
- b. Literatur/buku-buku serta sumber lain yang mendukung penelitian yang dilakukan

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

#### **3.3.1 Wawancara**

Nazir (1988) mendefinisikan bahwa wawancara adalah proses memperoleh data atau keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide*.

#### **3.3.2 Kuesioner**

Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan yang dikirim per pos atau diserahkan pada responden untuk diisi, jawaban dari pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan pihak peneliti, lalu jawaban kemudian dikembalikan oleh responden atas kemauannya sendiri (Anton,1995).

### **3.4 Teknik dan Jumlah Sampel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probability dengan teknik judgment sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 sampel dengan komposisi masing-masing 40 sampel untuk setiap jenis simpanan. Berdasarkan hal tersebut maka komposisi sampel sebagai berikut:

1. Tabungan : 40 sampel
2. Deposito : 40 sampel
3. Giro : 40 sampel

### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

Pengertian dari variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2000). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Sugiarto *et al.* (2001) menjelaskan kedua definisi variabel tersebut:

1. Variabel dependen (*dependent variable*) atau variabel tak bebas; yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Sering disebut variabel respon yang dilambangkan dengan Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas.

2. Variabel independen (*independent variable*) atau variabel bebas, yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya (terpengaruhnya) variabel dependen (variable tak bebas). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra perusahaan, kepuasan konsumen dan kualitas layanan.

Definisi operasional ialah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nasir, 1999: 152). Definisi operasional variabel penelitian ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiri (IE) yang terdapat pada Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

| Variabel   | Indikator  | Skala Pengukuran | Nomor Pertanyaan |
|--|--|------------------|------------------|
| Citra perusahaan<br>Citra merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, sehingga menciptakan hal-hal yang baru lagi bagi pemenuhan kebutuhan konsumen (Herbig dan Milewicz, 1993). | a. Citra perusahaan menurut pelanggan<br>b. Citra perusahaan dibanding pesaing | Likert           | 1 dan 2          |

| Variabel  | Indikator  | Skala Pengukuran | Nomor Pertanyaan |
|---|--|------------------|------------------|
| <p>Kualitas Layanan</p> <p>kualitas meliputi penilaian konsumen terhadap inti pelayanan tersebut, pemberi layanan atau keseluruhan organisasi pelayanan. Sedangkan kualitas adalah pertimbangan umum yang berhubungan dengan produk secara umum dan diakui bahwa kualitas pelayanan menentukan kepuasan konsumen. Duffy dan Ketchand (1998)</p>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tangibel (bukti fisik)</li> <li>b. Emphaty (empati)</li> <li>c. Responsiveness (daya tanggap)</li> <li>d. Reliability (kehandalan)</li> <li>e. Assurance (jaminan)</li> </ul>                                  | Likert           | 5 dan 9          |
| <p>Loyalitas Nasabah</p> <p>Loyalitas pada jasa didefinisikan sebagai tingkatan dimana konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari sebuah penyedia jasa, mempunyai sikap yang positif terhadap perusahaan tersebut, dan mempertimbangkan hanya akan menggunakan perusahaan tersebut ketika kebutuhan akan jasa tersebut muncul. Gremler et al. (1996)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Frekuensi kunjungan dalam periode tertentu</li> <li>b. Toleransi kenaikan harga terhadap pembelian ulang</li> <li>c. Merekomendasikan kepada keluarga, teman untuk menggunakan produk/jasa tersebut</li> </ul> | Likert           | 10 dan 12        |

### **3.6 Metode Analisis Data**

Agar data yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Adapun analisis yang digunakan sebagai berikut :

#### **3.6.1 Analisis Kualitatif**

Analisis data kualitatif adalah analisis yang berdasarkan data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Data kuantitatif merupakan data berupa informasi, uraian dalam bentuk bahasa prosa kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran sehingga memperoleh gambaran baru atau menguatkan suatu gambaran yang sudah ada (Joko Subagyo,1997:106).

#### **3.6.2 Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan statistik. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda kemudian analisis regresi sederhana.

##### **3.6.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

###### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini digunakan uji validitas item dengan

menggunakan kriteria internal yaitu membandingkan kesesuaian tiap komponen pertanyaan dengan total skor keseluruhan tes. Caranya yaitu dengan mengkorelasikan antara skor pernyataan tertentu dengan skor total skala sikap. Dasar pengambilan keputusan menurut Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1987) dengan tingkat signifikansi 5%.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menguji sejauhmana pengukuran memberikan hasil yang relatif stabil bila dilakukan pengukuran kembali. Pengujian reliabilitas diperlukan untuk hal-hal yang menyangkut sosial psikologis seperti sikap, perilaku dan kecenderungan. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS, dimana suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) > 0,6 (Nunnally, 1967).

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana,

$Y_1$  = variabel dependen

$X_1, X_2, X_3$  = variabel independen

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3,$  = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Kualitas layanan (X1), Kepuasan pelanggan (X2) dan Citra perusahaan (X3), sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas pelanggan (Y1).

### **3.6.2.3 Uji Hipotesis**

#### **a. Pengujian Parsial (Uji t)**

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah.

Untuk regresi

1. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian t-test di atas, yaitu :

$H_0 : \beta_i = 0$ , artinya tidak ada pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y_1$ .

$H_A : \beta_i > 0$ , artinya ada pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y_1$ .

#### **b. Uji Simultan (Uji F)**

Digunakan untuk mengetahui tingkat kelayakan model dari variabel-variabel yang digunakan mampu menjelaskan fenomena yang dianalisis. Apakah variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat.



c. Koefisien Determinasi (  $R^2$  )

Digunakan untuk mengukur kebenaran penggunaan model analisis regresi. Jika nilai  $R^2$  mendekati angka 1 maka variabel bebas makin mendekati hubungan dengan variabel terikat atau dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut dapat dibenarkan. Dari koefisien determinasi ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y1, yang biasanya dapat dinyatakan pula dalam prosentase.