

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian dalam penelitian ini adalah tipe penelitian yang bersifat *descriptive research*. *Descriptive Research* bertujuan menguji hipotesis penelitian dan menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti (Malhotra, 2007 dalam Peranginangin: 2011, 51) yang terdiri atas *financial benefit*, *social benefit*, *structural ties*.

3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:38) pengertian objek penelitian adalah Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Objek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri KCU Teluk Betung Bandar Lampung.

3.3 Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, jenis data yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari nasabah melalui wawancara dan pengamatan langsung dari sumber yang diteliti. Data primer berasal dari kuisioner yang disebarakan kepada nasabah berisi pertanyaan terkait penelitian yang dilakukan yaitu mengenai pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah KCU Teluk Betung Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel dari surat kabar, tulisan ilmiah, keterangan-keterangan atau publikasi dari internet yang dapat memberikan informasi pendukung bagi penelitian.

3.4 Populasi

Menurut Sugiyono (2009:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasi pada penelitian ini adalah para nasabah Bank Mandiri KCU Teluk Betung Bandar Lampung.

3.5 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009:81). Untuk menentukan besarnya sampel, maka perlu dipertimbangkan pendapat beberapa ahli tentang penentuan besarnya sampel. Dalam menentukan besarnya sampel terdapat perbedaan argumentasi tentang besarnya sampel penelitian yang diungkapkan oleh para pakar penelitian. Ada beberapa pertimbangan dalam menentukan besarnya sampel antara lain populasi dalam jumlah yang banyak sehingga dalam prakteknya tidak mungkin seluruh elemen diteliti, keterbatasan waktu penelitian, biaya, dan sumber daya manusia, membuat peneliti harus telah puas jika meneliti sebagian dari elemen penelitian bahkan kadang karena elemen sedemikian banyaknya maka akan memunculkan kelelahan fisik dan mental para pencacahnya sehingga banyak terjadi kekeliruan.

Demikian pula jika elemen populasi homogen artinya populasi tersebut mempunyai kriteria yang sama, sehingga tidak perlu mempersoalkan berapa banyak jumlah ukuran sampel harus diambil, penelitian terhadap seluruh elemen dalam populasi menjadi tidak masuk akal, dan apabila keadaan populasi adalah homogen, maka dapat menggunakan sampel yang lebih kecil. (Sekaran, 2003: 252).

Pengambilan sampel dalam hal ini menggunakan teknik *accidental sampling* yang mengambil sampel setiap nasabah yang sesuai kriteria dan ditemui saat peneliti melakukan penelitian di Bank Mandiri KCU Teluk Betung Bandar Lampung,

sehingga setiap orang tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Teknik ini dipilih oleh peneliti karena peneliti juga memiliki keterbatasan waktu dan dana.

Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba (2006) dalam Kharis (2011:50) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{Moe})^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Z = 1,96 score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe = Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (10\%)^2}$$

n = 96,04 \approx 97 atau dibulatkan 100.

Maka sampel penelitian adalah 100 nasabah yang merupakan nasabah KCU Teluk Betung Bandar Lampung.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2006:145) yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah "subjek dari mana data dapat diperoleh". Oleh karena, itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner, maka sumber datanya adalah para nasabah Bank Mandiri. Jenis data yang digunakan adalah Data Primer (*Primary data*).

Menurut Nur Indriantoro (2002:14) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik riset lapangan (survei) dimana pengumpulan datanya dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi lembaran pertanyaan dan pernyataan kepada orang yang menjadi nasabah Bank Mandiri dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan dengan masalah penelitian.

3.7 Deskripsi Operasional Variabel

Variabel adalah konsep mengenai atribut atau sifat yang terdapat pada subyek penelitian dan merupakan fokus dari kegiatan penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu variabel tergantung (*dependent* atau diberi simbol Y) dan variabel bebas (*independent* atau diberi simbol X).

1. Variabel *Independent* (bebas)

Variabel tidak terikat, *independent* atau bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel tergantung. Variabel yang digunakan meliputi faktor internal yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan merupakan skor yang diperoleh dari hasil penelitian melalui kuisisioner. Faktor- faktor yang menjadi penelitian antara lain: *Financial Benefit* (X1), *Social Benefit* (X2), *Structural Ties* (X3).

2. Variabel *Dependent* (terikat)

Variabel tergantung, *dependent* atau tidak bebas adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel *dependent* atau tidak bebas dalam penelitian ini adalah Loyalitas (Y).

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel		Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Independent	<i>Financial Benefit</i> (X1)	Pemberian manfaat keuangan dan ekonomis berupa penghematan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan.	a. Bunga tabungan yang menguntungkan nasabah.	Skala Likert
			b. Pemberian hadiah kepada nasabah pada <i>event</i> tertentu.	
			c. Biaya administrasi yang lebih murah dibandingkan pesaing.	
	<i>Social Benefit</i> (X2)	Peningkatan hubungan dengan mempelajari kebutuhan dan keinginan para pelanggan.	a. Pelayanan yang baik	Skala Likert
			b. Karyawan selalu tersenyum ketika melayani nasabah.	
			c. Menyediakan area parkir yang nyaman.	
<i>Structural Ties</i> (X3)	Membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan memberikan pendekatan atau program terstruktur.	a. Memberikan jaminan keamanan atas tabungan nasabah	Skala Likert	
		b. Pemberian informasi yang baik		
		c. Pemberian ucapan ulang tahun, karangan bunga, atau parcel kepada nasabah tertentu.		
Dependent	Loyalitas (Y)	Keinginan, kebutuhan dan harapan konsumen yang telah terpenuhi, sehingga konsumen melakukan pembelian ulang berulang dan merekomendasikan kepada orang lain.	a. Adanya keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk bertransaksi di perusahaan tersebut.	Skala Likert
			b. Adanya keinginan untuk menambah jumlah transaksi di perusahaan tersebut.	

3.8 Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2009:92) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif, yang dinyatakan dalam bentuk angka sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009:93).

Dari pertanyaan dan pernyataan yang diajukan dalam bentuk kuesioner, setiap item akan diberi alternatif jawaban yaitu (1),(2),(3),(4).dan (5) kemudian responden diminta untuk memilih salah satu jawaban/pernyataan yang telah disediakan, dan untuk setiap jawaban akan diberikan penilaian sebagai berikut :

1. Untuk jawaban sangat setuju diberi skor 5
2. Untuk jawaban setuju diberi skor 4
3. Untuk jawaban ragu-ragu diberi skor 3
4. Untuk jawaban tidak setuju diberi skor 2
5. Untuk jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

Sumber (Sugiono, 2009:94)

3.9 Teknik Pengujian Instrumen

3.9.1 Pengujian Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2009:121-129) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat keabsahan atau kesahihan suatu instrumen. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur itu dapat mengukur apa yang diukur. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu atau tidaknya alat ukur tersebut mencapai yang dikehendaknya dengan tepat. Karena suatu alat ukur yang kurang valid berarti tingkat validnya rendah.

Validitas internal harus memenuhi validitas konstruk dan validitas isi. Untuk instrumen non tes atau pengukuran sikap maka harus memenuhi validitas konstruk, jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur gejala sesuai dengan yang didefinisikan.

Validitas konstruk pada hakikatnya adalah kerangka suatu konsep yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi suatu kegiatan, sehingga diharapkan dapat diketahui tingkat kinerja suatu kegiatan. Berdasarkan hal tersebut pengujian yang digunakan pada penelitian ini adalah pengujian validitas konstruk. Secara sistematis, rumusan *product moment* untuk mengukur tingkat validitas adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2 (n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara Xi dan Yi

Xi = Σ Skor dari masing-masing variabel (*Financial benefit, Social benefit, Structural ties*)

Yi = Σ Skor dari seluruh variabel (skor total)

n = Banyaknya variabel sampel yang dianalisis

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuisisioner valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuisisioner tidak valid

3.9.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2009:268) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik kuantitatif, suatu data dikatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Reliabilitas juga menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu alat ukur cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena alat tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini digunakan teknik reliabilitas internal dengan rumus koefisien alpha. Menurut Arikunto (2007: 196), rumus *Alpha Cronbach* yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah :

$$R = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

- R : Reliabilitas Instrumen
- k : Banyaknya pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian butir
- σ^2 : Varian total

Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Croanbach's Alpa* $>0,6$ (Nunnally,1967; Ghozali, 2001 dalam kharis, 2011:54).

3.10 Teknik Analisis Data

1. Analisis Kualitatif

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan ciri-ciri konsumen dan variabel penelitian (Pangabdi, 2011:59) sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi /penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penilaian logis, dinilai dari kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen, dihubungkan disiplin ilmu pemasaran. Menganalisis permasalahan dan mencari jalan pemecahan masalah dengan menggunakan data yang terkumpul dari hasil kuesioner yang dihubungkan dengan teori pemasaran atau pendekatan-pendekatan yang berkaitan dengan loyalitas nasabah, melalui penilaian menggunakan rumus rentang skor sebagai berikut :

Keterangan: RS = Rentang Skor n = Jumlah Sampel

m = Alternatif Jawaban b = Jumlah kelas

$$RS = \frac{(m - n)}{b}$$

$$RS = \frac{(5 - 1)}{5} \times 100$$

$$= 80$$

Table 3.2 Penentuan Skor Variable Penelitian

Kriteria	Skor
100 – 180	Sangat Tidak Baik
181 – 260	Tidak Baik
261 – 340	Cukup Baik
341 – 420	Baik
421 – 500	Sangat Baik

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Setelah uji validitas dan reliabilitas maka teknik analisis yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda. Alat uji regresi linier berganda dimaksudkan untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e_1$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

$X_1 = \text{Financial Benefit}$

a = parameter konstanta

$X_2 = \text{Social Benefit}$

b = koefisien regresi

$X_3 = \text{Structural Ties}$

$e_1 = \text{Error}$

3.11 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis digunakan alat uji :

1. Uji F

Uji regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini, maka uji hipotesis ditentukan dengan menggunakan Uji F. Pengujian ini dilakukan dengan menentukan signifikansi pengaruh-pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Pengujian ini akan membandingkan nilai signifikan dari hasil pengujian data dengan membandingkan nilai signifikan yang telah ditetapkan.

2. Uji t

Untuk memperoleh pengaruh variabel *independent* (X) terhadap variable *dependent* (Y) digunakan uji t. Dengan pengujian hipotesis :

$H_0: \rho = 0$ (tidak ada hubungan linier)

$H_1: \rho \neq 0$ (ada hubungan linier)

Taraf keberartian (α) : 0,05

Daerah kritis: $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan $t \text{ hitung} < -t \text{ table}$

3. Uji Koefisien Determinasi disesuaikan ($\text{Adjusted } R^2$)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas (Ghozali, 2005 dalam Kharis, 2011:59).

Nilai yang mendekati satu 1 berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi *dependent*.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi R^2 adalah bias terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan ke dalam model. Setiap penambahan satu variabel *independent*, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* atau tidak. Oleh karena itu peneliti menggunakan nilai adjusted R^2 agar tidak terjadi bias dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, karena adjusted R^2 nilainya akan berubah hanya jika variabel yang ditambahkan memiliki pengaruh terhadap variabel *dependent*.