

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersumber dari : data primer (*primary data*), yaitu data yang diperoleh dari nasabah yang pernah menggunakan layanan mobile maupun internet banking Bank BRI di Bandar Lampung

#### **3.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Untuk metode penarikan sampel dilakukan dengan metode *purposived sampling*, dimana konsumen yang diambil sebagai sampel harus memenuhi syarat yaitu para pelanggan yang telah melakukan transaksi dengan menggunakan mobile maupun internet banking dan dalam penelitian ini menggunakan pengambilan sampel sebanyak 100 responden.

Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability kepada nasabah pengguna mobile dan internet banking pada Bank BRI di Bandar Lampung. Nasabah akan diberikan kuesioner dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna mobile dan internet banking paling tidak 3 kali dalam satu bulan.

### **3.3 Pengukuran dan Skala Pengukuran**

Dalam penelitian diperlukan pengumpulan data dari variabel penelitiannya melalui proses pengukuran. Pengukuran variabel-variabel dalam penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala ordinal, yaitu berupa data-data kategori yang merupakan penilaian responden dalam skala peringkat.

Pengukuran variabel dimensi kualitas layanan dan variabel dimensi loyalitas dilakukan dengan menggunakan pernyataan mulai dari nilai 1 sampai nilai 5, dimana nilai 1 menunjukkan sangat tidak baik dan nilai 5 menunjukkan sangat baik. Sedangkan untuk variabel dimensi loyalitas menggunakan pernyataan nilai 1 menunjukkan sangat tidak loyal/tidak pernah dan nilai 5 menunjukkan sangat loyal/selalu.

### **3.4 Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel-variabel yang menggambarkan tentang :

1. Variabel karakteristik demografi
2. Variabel dimensi kualitas layanan
3. Variabel dimensi loyalitas

Untuk lebih jelas mengenai definisi tiap-tiap variabel, maka variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Karakteristik Demografi.
  - a. Jenis Kelamin responden

- b. Usia Responden
- c. Pendidikan Terakhir.
- e. Pekerjaan.

2. Variabel Dimensi Kualitas Layanan

a. *Tangibles* (berwujud / bukti langsung)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.

b. *Empathy*

Rasa peduli untuk memberikan perhatian kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi.

c. *Responsiveness* (ketanggapan)

Kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.

d. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, terpercaya, akurat dan memuaskan.

e. *Assurance* (jaminan)

Pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.

### 3. Variabel Dimensi Loyalitas

Loyalitas diartikan sebagai komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk dimasa yang akan datang dan bersedia memberikan rekomendasi kepada orang lain Keith Roberts, Sajeev Varki dan Rod Brodie (2003 : 31)

Dimensi loyalitas dibagi menjadi :

#### 1. *Share Informations*

Suatu bentuk perilaku loyalitas, memberikan informasi yang berhubungan dengan produk atau jasa

#### 2. *Say Positive Things*

Selalu mengatakan hal-hal positif yang dimiliki oleh produk atau jasa mereka.

#### 3. *Recommend Friends*

menganjurkan memilih produk atau jasa yang mereka konsumsi.

#### 4. *Continue Purchasing*

Melakukan pembelian dan tidak jarang frekuensi konsumsi produk lebih besar.

### 3.5 Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas layanan yang terdiri atas *Tangible* (X1), *Empathy* (X2), *Responsiveness* (X3), *Reliability* (X4) serta *Assurance* (X5) dan indikator pada penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.1 dibawah ini :

**Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian**

**1. Variabel Kualitas Layanan**

No	Variabel	Indikator	Ukuran
<b>X = Kualitas Layanan</b>			
1	<i>Tangible</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebersihan dan kerapihan berpakaian karyawan</li> <li>2. Kebersihan dan kenyamanan kantor secara umum</li> <li>3. Fasilitas tempat parkir</li> </ol>	Skala Ordinal
2	<i>Empathy</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap karyawan dalam menolong nasabah</li> <li>2. Kepekaan karyawan terhadap kebutuhan informasi yang diinginkan nasabah</li> <li>3. Perhatian karyawan terhadap keluhan nasabah</li> </ol>	Skala Ordinal
3	<i>Responsiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam melayani nasabah</li> <li>2. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam proses pembayaran /transaksi.</li> <li>3. Kecepatan karyawan dalam menyelesaikan keluhan nasabah</li> </ol>	Skala Ordinal
4	<i>Reliability</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan teknologi informasi yang diberikan</li> <li>2. Kemudahan untuk melakukan akses</li> <li>3. Kemudahan penggunaan layanan</li> </ol>	Skala Ordinal
5	<i>Assurance</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jaminan keamanan</li> <li>2. Jaminan kerahasiaan data</li> <li>3. Biaya transaksi yang wajar</li> </ol>	Skala Ordinal

## 2. Variabel Loyalitas

No	Variabel	Indikator	Ukuran
<b>Y = Loyalitas Konsumen</b>			
1	<i>Share Informations</i>	1. Memberikan informasi yang berhubungan dengan produk selama menjadi konsumen bentuk kebanggaan terhadap produk tersebut	Skala Ordinal
2	<i>Say Positive Things</i>	1. Menceritakan hal-hal positif	Skala Ordinal
3	<i>Recommend Friends</i>	1. Bersedia memberikan rekomendasi kepada orang lain	Skala Ordinal
4	<i>Continue Purchasing</i>	1. Berkomitmen untuk menggunakan layanan lainnya	Skala Ordinal

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*. Prosedur pengukuran sebagai berikut :

- Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan umum yang akan dipergunakan sebagai dasar apakah responden masuk dalam kriteria atau tidak.

- Responden diminta untuk menyatakan baik atau tidak baik terhadap pernyataan yang diajukan peneliti atas dasar persepsi masing-masing responden. Jawaban terdiri dari lima pilihan, yakni : Sangat Baik (SB) diberi nilai 5, Baik (B) diberi nilai 4, Cukup Baik (CB) diberi nilai 3, Tidak Baik (TB) diberi nilai 2, dan Sangat Tidak Baik (STB) diberi nilai 1.

Setelah itu dilakukan uji instrumen untuk melihat validitas dan reliabilitas kuesioner.

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas diuji melalui Analisis Faktor Konfirmatori. Jika *loading factor* dari indikator  $> 0,50$  indikator tersebut valid (Ghozali, 2004 : 21). Hasil uji validitas diperoleh nilai seluruh indikator diatas 0.700 (Lampiran 4). Berdasarkan hasil uji validitas, maka disimpulkan seluruh indicator valid.

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur tingkat konsistensi instrument penelitian. Dalam penelitian ini diuji melalui Analisis Faktor Konfirmatori, dan jika nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari nilai *Cronbach's alpha if item deleted* berarti instrument tersebut reliabel (Ghozali, 2004). Hasil uji reliabilitas konsumen diketahui bahwa nilai Cronbach Aplha hitung sebesar 0,872. Nilai ini lebih besar dari nilai

*Cronbach's alpha if item deleted*, berdasarkan Lampiran 3, maka seluruh indikator dinyatakan reliabel.

### **3.7 Analisis Data**

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan model sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e_t$$

Keterangan :

Y = Loyalitas

a = *Intercept*

b<sub>1</sub>-b<sub>5</sub> = koefisien korelasi masing-masing variable

X<sub>1</sub> = *Tangibles*

X<sub>2</sub> = *Emphaty*

X<sub>3</sub> = *Responsiveness*

X<sub>4</sub> = *Reliability*

X<sub>5</sub> = *Assurance*

E<sub>t</sub> = Error Term

### **3.8 Pengujian Hipotesis**

Kemudian untuk Uji hipotesis dilakukan dengan Uji F dan Uji t. Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap Variabel Terikat



secara simultan (Muhidin, 2007 : 239). Untuk uji secara simultan menggunakan uji F perhitungannya dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{Jk_{reg} / k}{Jk_{res} / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

$$Jk_{(reg)} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y$$

$$Jk_{(res)} = \sum Y^2 - Jk_{(reg)}$$

n = banyaknya responden

k = banyaknya kelompok

$$F_{tabel} = F_{\alpha} (k : n-k-1)$$

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membuat hipotesis

Ho = Secara simultan tidak terdapat pengaruh X terhadap Y.

Ha = Secara simultan terdapat pengaruh X terhadap Y.

2. Menentukan nilai probabilitas (*sig*) pada nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 (5%)

a. Jika nilai  $sig > 0,05$  maka Ho diterima Ha ditolak

b. Jika nilai  $sig \leq 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (Muhidin, 2007 : 239). Untuk uji secara parsial menggunakan uji t perhitungannya dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$t_o = \frac{b}{sb}$$

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membuat hipotesis

Ho : Secara parsial tidak terdapat pengaruh X terhadap Y

Ha : Secara parsial terdapat pengaruh X terhadap Y

2. Menentukan nilai probabilitas (*sig*) pada nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 (5%)

a. Jika nilai  $sig > 0,05$  maka Ho diterima Ha ditolak.

b. Jika nilai  $sig \leq 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima.