III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2008) dilihat dari sumber perolehannya data dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu :

1. Data Primer

   Merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi atau pun dalam bentuk file-file dan data ini harus dicari melalui nara sumber yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau pun data.

2. Data Sekunder

   Merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data ini sudah tersedia, sehingga peneliti hanya mencari dan mengumpulkannya saja. Misalnya: data di perpustakaan, kantor-kantor pemerintah, biro pusat statistik, dan internet.

Penelitian ini sebagian besar menggunakan data primer yang diperoleh di lapangan. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang dipersiapkan. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berisi dua bagian utama. Bagian yang pertama tentang profil sosial responden, berisi data responden yang berhubungan dengan identitas responden, berisi data responden yang berhubungan dengan identitas responden dan keadaan sosial seperti : umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir. Sedangkan bagia kedua menyangkut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Metode Kuesioner

Peneliti menggunakan daftar pertanyaan secara tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan alternatif jawaban yang tersedia. Kuesioner ini terdiri dari beberapa item pertanyaan yang berkaitan dengan identitas responden, tanggapan responden tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank BTN cabang Pringsewu.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode *survey* dengan cara memberikan kuesioner (pertanyaan tertulis) yang diantar langsung oleh peneliti ke alamat masing-masing bank yang menjadi responden penelitian untuk memperoleh data primer. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) yang secara khusus dikumpulkan peneliti untuk menjawab masalah penelitian, Indrianto dan Supomo (2002). Dalam mengumpulkan data primer yang berupa kuesioner, ada beberapa langkah yang dilakukan penulis yaitu :

- Memberikan kuesioner kepada seluruh anggota populasi.
- Anggota populasi meminta waktu satu minggu untuk mempelajari dan mengisi kuesioner tersebut. Setelah satu minggu maka peneliti mengumpulkan kuesioner yang telah diisi para responden.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Indikator dari setiap variabel di atas dijadikan dasar untuk menyusun daftar pertanyaan (*questioner)* yang disebarkan kepada responden. Pelaksanaan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen daftar pertanyaan (*questioner*) yang bersifat tertutup, isinya dibagi kedalam tiga kelompok pertanyaan yaitu:

1. Kelompok A berisikan pertanyaan mengenai faktor-faktor kepuasan nasabah.
2. Kelompok B berisikan pertanyaan mengenai loyalitas nasabah.

Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban pada setiap butir pertanyaan dalam bagian A dan B setiap butir pertanyaan dalam angket tersebut akan diberi nilai oleh responden sebagai berikut:

SS : berarti Sangat Setuju
S : berarti Setuju
AS : berarti Agak Setuju
KS : berarti Kurang Setuju
SKS : berarti Sangat Kurang Setuju

Data yang terkumpul mulai daftar pertanyaan merupakan data kualitatif kemudian selanjutnya diubah menjadi data kualitatif dengan cara pemberian skor berdasarkan skala likert pada masing-masing alternative jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.1

Format Jawaban Skala Likert

Nilai	Skor	Alternatif Jawaban
5	Tinggi Sekali	Sangat Setuju
4	Tinggi	Setuju
3	Sedang	Kurang Setuju
2	Rendah	Tidak Setuju
1	Rendah Sekali	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Data Diolah Tahun 2014

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga Djarwanto dan Subagyo (1996). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2001). Populasi dalam penelitian ini dapat diketahui secara pasti dikarenakan nasabah dapat dilihat dari data pelaporan.

Sampling adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengambil sampel atau cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data yang sebenarnya Kopli (2003). Jadi sampling adalah cara untuk menentukan sampel dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini penentuan sampling dilakukan dengan menggunakan teknik random sampling.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank BTN Pringsewu. mengatakan bahwa untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan dan mewakili seluruh populasi, maka dalam pemilihan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sampel acak (*random sampling)* dengan menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut :

$$\mathbf{n = \frac{N}{1 + N.e^2}}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Prosentase (%), toleransi ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel.

Dari jumlah populasi pada penelitian ini, dengan tingkat kelonggaran ketidaktelitian sebesar 10%, maka dengan menggunakan Rumus Slovin diperoleh sample sebesar :

$$n = \frac{220}{1 + 220\,(0{,}1)^2}$$

$$= 68{,}75 = 69 \text{ Orang}$$

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan prosedur *Random Sampling*, yakni proses pemilihan sampel secara acak dimana seluruh anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih, jika sudah dipilih maka tidak dapat dipilih lagi, Umar(2004).

3.4 Operasional Variabel

3.4.1 Keunggulan Produk

Variabel keunggulan produk dibentuk oleh tiga indikator, yaitu Program hadiah yang cukup unik, produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keunggulan produk dari pesaing. Berdasarkan tingkatan atau level produk yang dapat dibagi menjadi lima tingkatan yaitu produk inti, produk generik, produk yang diharapkan, produk tambahan dan produk potensial, Kotler (1994). Sedangkan dari kelima tingkatan tersebut yang dipakai oleh peneliti hanya satu yaitu produk inti. Peneliti mengacu penelitian yang dilakukan oleh Mitel, Ross dan Baldsare (1998) dan kuesioner menggunakan skala 5 poin yang merupakan pengembangan intrumen keunggulan produk yang digunakan oleh Mitel, Ross dan Baldsare (1998), responden diminta menunjukkan apakah mereka tidak setuju (poin 1) berarti keunggulan produk rendah sampai dengan sangat setuju (poin 5) berarti keunggulan produk tinggi.

3.4.2 Rasa Percaya

Rasa percaya merupakan keinginan untuk mengendalikan mitra pertukaran yang kepadanya mendapatkan kepercayaan Moorman, Zaltman dan Deshpande dalam Birgele et al, (2000). Rasa percaya yang dimaksudkan dalam variabel ini adalah kepercayaan dan nilai pelanggan yang meningkatakan meningkatkan kepuasan pelanggan. Variabel ini diukur dengan instrumen yang digunakan oleh Tax, Brown dan Chandrashekaran (1998). Variabel ini di ukur melalui tiga dimensi yaitu, pemberian informasi yang akurat, tanggapan dan penyelesaian terhadap suatu masalah dan produk yang ditawarkan aman atau tidak berisiko. Peneliti menggunakan skal rendah (poin 1) untuk menunjukkan rasa percaya yang rendah dan skala tinggi (poin 5) untuk menunjukkan rasa percaya yang tinggi.

3.4.3 Nilai Nasabah

Nilai nasabah yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah dibentuk oleh tiga indikator yaitu penilaian terhadap keunggulan produk, rasa ketertarikan keseluruhan terhadap pihak bank dan penilaian terhadap manfaat keseluruhan dari pihak bank. Variabel nilai nasabah diukur dengan instrumen yang di kembangkan oleh Tax, Brown dan Chandrashekaran (1998) dalam Fatrio, Novel (2006). Dan dikembangkan oleh peneliti menggunakan 3 pernyataan dengan skala rendah (poin 1) untuk menunjukkan nilai yang rendah dan skalo tinggi (poin 5) untuk menunjukkan nilai yang tinggi.

3.4.4 Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan nasabah Lovelock (1988).

Menurut Parasuraman et al (1990) dimensi kualitas layanan meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy.* Sedangkan dari lima dimensi kualitas layanan tersebut yang dipakai oleh peneliti hanya tiga yaitu *reliability, responsiveness, dan emphaty.* Kuesioner menggunakan 3 pernyataan yang menggunakan skala 5 poin yaitu yaitu dari sangat tidak setuju (poin 1) yang berarti kualitas layanan nya rendah dan sangat setuju (poin 5) berarti kualitas layanan nya yang tinggi

3.4.5 Citra Perusahaan

Citra bisa disebut dengan persepsi atau cara pandang dari nasabah kepada pihak perusahaan yang berdasarkan atas atribut-atribut yang melekat pada perusahaan tersebut, Bloemer and Ruyter (1997). Dimesionalisasi yang dipergunakan dalam mengukur konstruk citra merujuk pada penelitian Bloomer et al (1998) dan Aydin dan Ozer (2004) . Beberapa dari indikator-indikator tersebut adalah kemapanan, citra layanan dan reputasi positif. Citra perusahaan menggunakan skala rendah (poin1) untuk menunjukkan bahwa citra perusahaan tersebut rendah dan skala tinggi (poin5) menunjukkan citra perusahaan yang tinggi.

3.4.6 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan hasil evaluasi akhir daei seorang nasabah terhadap suatu produk perbankan dengan cara membandingkan produk tersebut dengan produk sejenis dari bank pesaing, apakah produk yang diterimanya sesuai dengan harapan nya, Bloemer dan Ruyter (1997). Variabel ini dipergunakan dalam mengukur konstruk kepuasan nasabah merujuk pada penelitian kepuasan akan mengacu pada penelitian Leveesque dan McDouglall (1996), indikator yang digunakan antara lain

adalah pilihan yang tepat, kesesuaian harapan dan kepuasan fasilitas. Kepuasan nasabah menggunakan skala rendah (poin 1) untuk menunjukkan bahwa kepuasan nasabah nilainya rendah dan skala tinggi (poin5) untuk menunjukkan nilai yang tinggi untuk kepuasan nasabah.

3.4.7 Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah sikap dari nasabah dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap menentukan pilihan tersebut juga untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut, Foster dan Cadogan, (2000). Variabel yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas nasabah maka peneliti mengacu pada Bloemer,et al (1998). Indikator yang digunakan antara lain rekomendasi, pembelian dan pilihan pertama. Variabel loyalitas nasabah menggunakan skala rendah (poin1) yang menunjukkan nilai loyalitas yang rendah dan skala tinggi (poin5) menunjukkan loyalitas yang tinggi.

3.5 Metode Analisis

3.51 Uji Validitas Data

Uji validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu cara mengukur tingkat validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Untuk menguji masing-masing indikator valid atau tidak, dapat dilihat dari tampilan output *Cronbach Alpha* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Jika

nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, Ghozali (2007).

Uji validitas diujicobakan pada 30 responden yang dilakukan dengan menggunakan *korelasi product moment*. Kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka tidak valid. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Kuisioner

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Simpulan
Keunggulan Produk			
Pertanyaan 1	0,730	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0,751	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0,629	0,361	Valid
Rasa Percaya			
Pertanyaan 4	0,832	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0,522	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0,857	0,361	Valid
Nilai Nasabah			
Pertanyaan 7	0,750	0,361	Valid
Pertanyaan 8	0,882	0,361	Valid
Pertanyaan 9	0,837	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan			
Pertanyaan 10	0,870	0,361	Valid
Pertanyaan 11	0,783	0,361	Valid

Pertanyaan 12	0,748	0,361	Valid
Citra Perusahaan			
Pertanyaan 13	0,778	0,361	Valid
Pertanyaan 14	0,835	0,361	Valid
Pertanyaan 15	0,623	0,361	Valid
Kepuasan Nasabah			
Pertanyaan 16	0,704	0,361	Valid
Pertanyaan 17	0,553	0,361	Valid
Pertanyaan 18	0,619	0,361	Valid
Loyalitas Nasabah			
Pertanyaan 19	0,716	0,361	Valid
Pertanyaan 20	0,792	0,361	Valid
Pertanyaan 21	0,849	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2014

Berdasarkan pada Tabel 3.2 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel keunggulan produk, rasa percaya, nilai nasabah, kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah , dapat diperoleh nilai r terkecil oleh pertanyaan 5 di variabel rasa percaya yaitu 0,522. Dan nilai r terbesar di tabel 3.2 adalah di variabel kualitas pelayanan di pertanyaan 10 sebesar 0,870. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai r_{hitung} dari setiap variabel maupun pertanyaan lebih besar dari pada r_{tabel}, dimana jika rhitung lebih besar dari pada rtabel makabutir soal variabel tersebut berstatus valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur bahwa instrument yang digunakan benar-benar menghasilkan data yang bebas dari kesalahan. Suatu instrument dikatakan reliable jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan untuk mengukir reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha*-nya memiliki nilai lebih besar dari 0,60 , Prayitno, (2012). Jika nilai *Cronbach Alpha*-nya memiliki nilai lebih dari 0,60, maka item pertanyaan dinyatakan reliabel, Prayitno (2012).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar menghasilkan data yang bebas dari kesalahan. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbach alpha.* Suatu instrumen akan dikatakan reliabel bila *Cronbach alpha*-nya lebih besar dari 0,60 Prayitno (2012).
Ringkasan hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini :

Tabel 3.3

Uji Reliabilitas Instrument

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Interpretasi R	Keterangan
Keunggulan Produk (X_1)	0,640	0,60	Reliabel
Rasa Percaya (X_2)	0,609	0,60	Reliabel
Nilai Nasabah (X_3)	0,744	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_4)	0,720	0,60	Reliabel
Citra perusahaan (X_5)	0,610	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (X_6)	0,613	0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,620	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah 2014

Tabel 3.3 diatas menunjukkan hasil perhitungan menghasilkan nilai *alpha cronbach* untuk variabel Keunggulan Produk (X_1) sebesar 0,640, Rasa Percaya (X_2) sebesar 0,609, variabel Nilai Nasabah (X_3) sebesar 0,744, dan variabel Kualitas Pelayanan (X_4) sebesar 0,72, Citra Perushaan (X_4) sebesar 0,610, Kepuasan Nasabah (X_6) sebesar 0,613, Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0,620. Sehungga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang digunakan adalah reliabel.

3.5.3 Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier dengan dua atau lebih variabel independent digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel dependen (Y) berdasarkan dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2 dan X_3) , Aswin (2010). Digunakan untuk menguji pengaruh atau hubungan antara variabel independen (keunggulan produk, rasa percaya, nilai nasabah, kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah) dengan variabel dependen (loyalitas nasabah). Perhitungan akan dilakukan dengan bantuan program *SPSS V .20 for Windows*. Model hubungan variabel akan dianalisis sesuai dengan persamaan regresi:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + E_t}$$

Dimana :

Y = Loyalitas nasabah

X_1 = Keunggulan produk

X_2 = Rasa percaya

X_3 = Nilai nasabah

X_4 = Kualitas pelayanan

X_5 = Citra Perusahaan

α = konstanta

β_1 ,β_2 = koefisien regresi

E_t = error

3.5.4 Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk melakukan pengujian hubungan atau pengaruh antara variabel dependen (terikat) dengan satu variabel independen (bebas), Aswin (2010). Regresi linear (*linear regression*) digunakan untuk melakukan pengujian hubungan antara sebuah variabel terkait dengan satu atau beberapa variabel bebas yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Jika variabel bebasnya hanya satu maka disebut regresi linear sederhana.

Perhitungannya menggunakan rumus :

$$\mathbf{Y = \alpha + bx}$$

Dimana :

Y = Loyalitas nasabah

b = Koefisien regresi

x = Kepuasan nasabah

3.5.5 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian keberartian koefisien regresi secara menyeluruh menggunakan derajat kebebasan (df) = n – k – 1 , pada tingkat kepercayaan 95% dan α = 0,05 , Maholtra (2010) dalam Chairiza (2012).

Kriteria pengujian dengan menggunakan uji F adalah sebagai berikut :

1. Ho ditolak dan Ha diterima, jika $H_{Hitung} > F_{Tabel}$
2. Ho ditolak dan Ha diterima, jika $H_{Hitung} < F_{Tabel}$

3.5.6 Uji Siginifikasi Parsial (Uji t)

Tujuan Uji t adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel dependen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen, Maholtra (2010) dalam Chairiza (2012). Hipotesis nol (H_0) yang akna diuji adalah uji parameter koefisien regresi (b_1) sama dengan nol atau $H_0 = b_1 = 0$, artinya suatu variabel independen bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis alternatif (H_a) merupakan parameter suatu variabel yang lebih besar dari 0 atau $H_a = b_1 > 0$, aertinya suatu variabel independen merupakan penjelesan yang siginifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian keberartian koefisien regresi menyeluruh menggunakan Uji t dengan menggunakan derajat kebebasan (df) = n – k – 1, pada ringkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0{,}05$.

Kriteria pengujian dengan menggunakan uji t adalah sebagai berikut :

1. H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} < t_{Tabel}$

Untuk menghitung Uji Signifikasi Simultan (Uji F) , Uji Signikasi Parsial (Uji t), Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Regresi Linier Sederhana menggunakan bantuan SPSS for Windows versi 20.