

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian yang akan digunakan adalah penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2013 : 53) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan variabel yang lain. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah deskriptif agar mengetahui bagaimana tanggapan responden atau pengguna bank Bjb mengenai kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah pada PT.Bank Bjb KCP Kosambi Bandung.

Penelitian verifikatif (*verificate research*) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak Sugiyono (2013 : 14). Penelitian verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor empat agar mengetahui seberapa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara langsung maupun tidak langsung yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah pada PT.Bank Bjb KCP Kosambi Bandung Jawa Barat.

3.2. Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian

Defenisi variabel operasional dan operasional variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus di defenisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Dengan variabel inilah penelitian bisa di olah sehingga dapat di ketahui cara pemecahan masalahnya. Untuk melakukan pengelolaan data, di perlukan unsur lain yang berhubungan variabel seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran dan skala.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Menurut Sugiyono (2013 : 38) Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal penelitian tersebut. Berdasarkan judul penelitian , maka dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan yaitu : kualitas pelayanan, citra merek dan loyalitas nasabah.

1. Variabel independen merupakan variabel yang sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat), Sugiyono (2013 : 39). Dalam peneliatian ini variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra Merek (X2).
2. Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat, karena adanya variabel bebas, Sugiyono (2013 : 39). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Y).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional adalah semacam petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel yang sama. Suatu penelitian dengan menggunakan suatu variabel perlu diperhatikan indikator dan ukurannya agar memudahkan dalam melakukan penelitian itu sendiri. Dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | NK |
|---|-------------------------------------|--|---|---------|----|
| Kualitas Pelayanan (X1) Kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Parasuraman dalam Kotler dan Keller (2016:442) | Bukti fisik (<i>Tangible</i>) | Kerapihan | Tingkat kerapihan | Ordinal | 1 |
| | | Seragam Karyawan | seragam karyawan | | |
| | | Kebersihan gedung | Tingkat kebersihan ruangan | Ordinal | 2 |
| | Keandalan (<i>Reliability</i>) | Kehandalan karyawan dalam penyelesaian keluhan | Tingkat kehandalan karyawan dalam menyelesaikan keluhan | Ordinal | 3 |
| Kemampuan karyawan memberikan informasi tentang produk | | Tingkat kemudahan informasi | Ordinal | 4 | |

Lanjutan Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | NK |
|--|---|---|---|---------|----|
| (LANJUTAN) Kualitas Pelayanan (X1) Kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Parasuraman dalam Kotler dan Keller (2013:131) | Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) | Respon karyawan terhadap keluhan nasabah | Tingkat merespon keluhan nasabah | Ordinal | 5 |
| | | Kesediaan karyawan membantu nasabah | Tingkat kesediaan memberikan bantuan | Ordinal | 6 |
| | | Kecepatan Teller dalam penyelesaian transaksi | Tingkat keterampilan Teller melakukan transaksi | Ordinal | 7 |
| | Jaminan (<i>Assurance</i>) | Pengetahuan karyawan tentang produk | Tingkat pengetahuan karyawan tentang produk | Ordinal | 8 |
| | | Jaminan produk tanpa rusak | Tingkat jaminan kebutuhan produk | Ordinal | 9 |
| | Empati (<i>Empathy</i>) | Perhatian yang di berikan karyawan kepada nasabah | Tingkat perhatian karyawan yang di berikan kepada nasabah | Ordinal | 10 |

Lanjutan Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | NK |
|--|--|--|--|---------|----|
| Citra Merek (X2) Sekumpulan keyakinan terhadap suatu merek Parasuraman dalam Kotler dan Amstrong (2013 : 23) | Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>) | Pengakuan nasabah terhadap merek | Tingkat karakteristik produk suatu merek yang di kenali nasabah | Ordinal | 11 |
| | Personalitas Merek (<i>Brand Personality</i>) | Karakteristik yang khas mengenai merek | Tingkat kekuatan merek yang dapat membangun status di benak nasabah | Ordinal | 12 |
| | Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>) | Hal –hal yang spesifik yang pantas atau selalu di kaitkan dengan merek tersebut. | Tingkat kekuatan brand yang membentuk asosiasi positif yang membuat nasabah menyukai produk Bank Bjb | Ordinal | 13 |
| | Sikap dan perilaku merek (<i>Brand Attitude ang Behavior</i>) | Perilaku komunikasi dan interaksi merek dengan konsumen | Tingkat pelayanan yang di berikan oleh bank Bjb kepada nasabah | Ordinal | 14 |

Lanjutan Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | NK |
|--|--|--|---|---------|----|
| LANJUTAN) Citra Merek (X2) Sekumpulan keyakinan terhadap suatu merek Parasuraman dalam Kotler dan Amstrong (2013 : 23) | Manfaat dan keunggulan Merek (<i>Brand benefit and competence</i>) | Nilai- nilai dan keunggulan khas yang di tawarkan oleh produk kepada nasabah | Tingkat kepuasan nasabah mengenai kebutuhan, keinginan, mimpi dan obsesinya dapat terwujudkan oleh bank Bjb | Ordinal | 15 |
| Loyalitas (Y) Komitmen yang di pegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan nasabah beralih. | Pembelian ulang (<i>Repurchase</i>) | Pembelian ulang secara teratur | Tingkat pemakaian produk ulang secara teratur produk bank Bjb | Ordinal | 16 |
| Parasuraman dalam Kotler dan Keller (2012: 138) | Membeli lini produk (<i>purchase accros product and service lines</i>) | Pembelian lini produk yang lainnya | Tingkat pembelian lini produk yang lainnya | Ordinal | 17 |

Lanjutan Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | NK |
|---|----------------------------------|--|--|--------------|-----------|
| Komitmen yang di pegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan nasabah beralih. Parasuraman dalam Kotler dan Keller (2012: 138) | Daya ingat <i>(Retention)</i> | Kekebalan terhadap tarikan dari pesaing tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing | Tidak tertarik dengan produk lain ataupun merek lainnya selain produk Bank Bjb | Ordinal | 18 |
| | Penyerahan <i>(Referral)</i> | Memberikan referensi pada orang lain | Tingkat kepercayaan nasabah terhadap produk bank Bjb | Ordinal | 19 |

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Dalam setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian pun ada yang disebut sampel yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian (Juliansyah Noor, 2012 : 147). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada

pada obyek/subyek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang di miliki oleh subyek / obyek itu.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013 : 115) bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah data rata-rata pengunjung yang pernah melakukan transaksi di Bank Bjb Kcp Kosambi Bandung tahun 2016 (Januari s/d Desember) dan awal tahun 2017 (Januari s/d Maret) adalah sekitar 35 % dari jumlah keseluruhan jumlah nasabah yaitu 5.835, maka total nasabah yang melakukan transaksi berjumlah 2.043 orang.

(Sumber: Bagian operasional bank Bjb KCP Kosambi Bandung)

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013 : 116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Pengukuran sampel merupakan langkah untuk memutuskan besarnya sampel yang akan diambil dalam melakukan penelitian dalam suatu obyek. Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili populasi.

Jumlah anggota sampel yang di gunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang di inginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka

semakin kecil jumlah sampel yang di gunakan dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan, maka semakin besar jumlah sampel yang di gunakan. Jumlah sampel untuk responden akan di tentukan dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

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

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

e² : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir
(tingkat kesalahan dalam smapling ini adalah 10 %)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 2.043 dengan tingkat kesalahan yang dapat di tolerir sebesar 10% atau dapat di sebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar :

$$n = \frac{2.043}{1 + (2.043)(0,1)^2}$$

$$= 95,33$$

96 Responden

Berdasarkan perhitungan, maka di peroleh ukuran sampel (n) dalam penelitian sebanyak 96 responden dengan batasan toleransi kesalahan 10%. Jumlah tersebut akan di jadikan sebagai ukuran sampel penelitian dibank BJB KCP Kosambi Bandung

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang di gunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang di gunakan

dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* yaitu dengan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013: 124), *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kemudian menurut Sugiyono (2013: 127), *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas produk maka sampel sumber datanya adalah orang ahli produk. Penulis menentukan sendiri sampel yang di ambil karena ada pertimbangan tertentu, penarikan sampel dengan pertimbangan bahwa yang menjadi responden adalah yang sudah menggunakan produk bank Bjb KCP Kosambi Bandung provinsi Jawa Barat.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013 : 308) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk di teliti lebih lanjut. Kualitas instrumen penelitian (validitas dan reabilitas) dan kualitas pengumpulan data (cara yang digunakan untuk mengumpulkan data) adalah hal penting dalam penelitian untuk mendapatkan dan menghasilkan kualitas data penelitian yang baik. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui penelitian yaitu :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Adalah pencarian data yang di lakukan peneliti dan di keluarkan secara langsung pada konsumen perusahaan yang di teliti untuk memperoleh data primer, melalui:

- a. Wawancara (*Interview*), yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan responden yang tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- b. Pengamatan Langsung (*Observasi*), yaitu teknik untuk memperoleh data dengan mengadakan pengamatan langsung di lokasi penelitian yaitu di Bank Bjb KCP Kosambi Bandung atau aktivitas terhadap suatu proses objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dan gagasan yang sudah di ketahui sebelumnya.
- c. Penyebaran angket (*Kuesioner*), yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan data atau daftar pertanyaan-pertanyaan dengan menyediakan alternatif jawaban yang harus di isi oleh responden secara pribadi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian. atau pernyataan tertulis kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang menyangkut dengan karakteristik responden, kualitas pelayanan, citra merek dan loyalitas nasabah.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data melalui sumber-sumber tidak langsung yang berkaitan dengan topik bahasan, seperti penelitian sebelumnya yang pernah di lakukan literatur-literatur, dokumen yang ada kaitannya dengan objek yang di teliti, misalnya:

- a. Jurnal, yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang di anggap relevan dengan topik penelitian.

- b. Internet, yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang di publikasikan di internet, baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

3.5 Uji Instrumen

Instrumen penelitian memegang peran penting dalam penelitian kuantitatif karena kualitas data yang digunakan dalam banyak hal ditentukan oleh kualitas instrumen yang di pergunakan. Pada diri subjek penelitian dan sipemilik data. Instrumen penelitian di gunakan untuk mengukur nilai variabel yang di teliti. Instrumen-instrumen penelitian sudah ada yang di lakukan tetapi masih ada yang harus di buat peneliti sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala. Metode kuantitatif ini menggunakan *skala likert*.

Menurut Sugiyono (2013: 94) skala *likert* adalah skala yang di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Menggunakan skala *likert* maka variabel akan di ukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan baik bersifat *favorable* (positif) ataupun *unfavorable* (negatif), dengan skala ini akan memberikan kemudahan kepada penulis untuk dapat mengolah data.

Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala *likert*, yaitu sebagai berikut di tunjukkan pada tabel 3.2. Dapat di lihat jawaban dan bobot skor untuk item-item instrumen pada pertanyaan dalam kuesioner sebagai berikut:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

| No | Alternatif Jawaban | Bobot Nilai | |
|----|---------------------------|--------------|--------------|
| | | Bila Positif | Bila Negatif |
| 1 | SS (Sangat Setuju) | 5 | 1 |
| 2 | S (Setuju) | 4 | 2 |
| 3 | R (Ragu-ragu) | 1 | 3 |
| 4 | TS (Tidak Setuju) | 3 | 4 |
| 5 | STS (Sangat Tidak Setuju) | 2 | 5 |

Sumber: Sugiyono (2013: 94)

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pernyataan untuk mengukur variabel yang diteliti, sebelumnya harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Bila instrumen atau alat ukur tersebut tidak valid, maka tidak akan diperoleh hasil penelitian yang baik (Juliansyah Noor, 2012 : 130)

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Menurut Husein Umar dalam Sugiyono (2013: 178) menyatakan validitas menunjukkan derajat ketepatan antar data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikelompokkan. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur betul-betul mengukur apa yang akan diukur (Juliansyah Noor, 2012 : 130).

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan setelah membuat kuesioner adalah menguji kuesioner tersebut, apakah valid atau tidak. Menurut Sofyan

Siregar (2013: 47), ada beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui kuesioner di gunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian. Alat ukur yang di gunakan yang bertujuan mengukur secara cermat kuesioner tersebut mampu melakukan fungsinya. Bila kuesioner memiliki kesalahan yang kecil maka dapat disimpulkan bahwa data yang terkumpul dalam penelitian ini dapat dipercaya. Menguji validitas instrumen langkah-langkah yang harus di lakukan,yaitu:

1. Mengidentifikasi secara operasional konsep yang akan diukur
2. Melakukan uji coba skala pengukuran pada sejumlah responden disarankan jumlah responden untuk uji coba minimal 30 orang
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban
4. Menghitung menggunakan masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus tehnik korelasi produk momen dengan rumus Pearson Product Moment. Mencari nilai validitas di sebuah item kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mencari nilai korelasinya penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Sumber :Sugiyono (2013: 248)

Dimana r = Koefisien validitas item yang dicari

| | |
|-----------|---|
| x | = Skor yang di peroleh subjek dari seluruh item |
| y | = Skor total yang di peroleh subjek dari seluruh item |
| n | = Jumlah responden dalam uji instrumen |
| $\sum x$ | = Jumlah skor dalam distribusi X |
| $\sum Y$ | = Jumlah skor dalam distribusi Y |
| $\sum XY$ | = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y |

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau keandalan ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukuran dapat dipercaya atau diandalkan (Juliansyah Noor, 2012 : 130). Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat ukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan metode *cronbach's alpha*, yang merupakan rumus matemasi digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran.

Rumus reliabilitas *Cronbach's alpha*

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

$$\sigma = \frac{\sum \sigma^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

r_{ii} : Reliabilitas Instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$: Jumlah butir pertanyaan

σ_1^2 : Variasi Total

Menurut (Juliansyah Noor, 2012 : 165) Menentukan reliabilitas dari alat ukuran dapat di lihat dari nilai alfa jika nilai alfa lebih besar dari nilai r_{tabel} , Maka

dapat dikatakan reliabel, skala dikelompok ke dalam lima kelas dengan *range* yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel
2. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
3. Nilai *alpha Cronbach* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
4. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
5. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

3.6 Metode Analisis Data yang digunakan

Metode analisis yang di gunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Menurut Sugiyono (2013: 243) menyatakan penelitian yang memiliki data kuantitatif, maka metode analisis data menggunakan metode statistik yang tersedia sedangkan data kualitatif tidak menggunakan alat statistik akan tetapi dilakukan dengan membaca tabel.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini menggambarkan tentang fakta-fakta yang ada secara sistematis. Dimana fakta-fakta ini berasal dari hasil pengoperasian variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan. Setelah data tersebut terkumpul kemudian di lakukan pengolahan data, disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis.

Menurut Sugiyono (2013 : 206) yang di maksud analisis statistik deksriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau

generalisasi. Statistik yang di gunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata (mean), median, modus, deviasi dan lain-lain.

Peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya di lakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor yang ada pada jawaban-jawaban responden yang di peroleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan. Menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner dengan metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah. Tahap analisis dilakukan sampai dapatscoring dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot (1 sampai 5) frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode *mean*, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden.

Tabel 3.3

Kriteria Interpretasi Nilai Rata-Rata (Mean)

| Interpretasi Nilai | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 1,00 – 1,80 | Sangat Rendah |
| 1,81 – 2,60 | Rendah |
| 2,61 – 3,40 | Sedang |
| 3,41 - 4,20 | Tinggi |
| 4,21 – 5,00 | Sangat Tinggi |

Sumber : Sugiyono (2013)

Penetapan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antar skor aktual dan skor ideal.

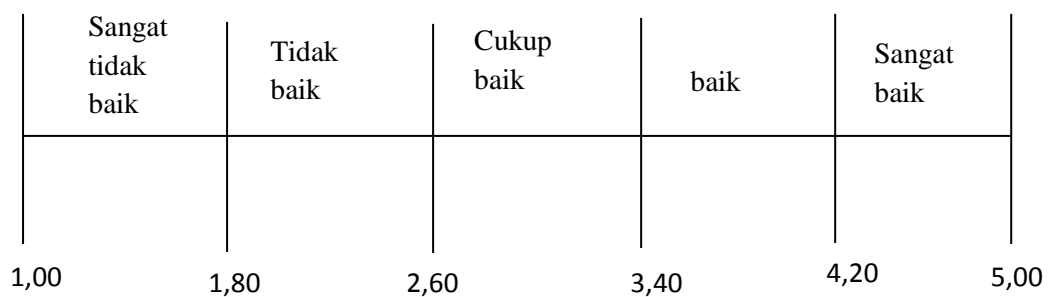
Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Interval = $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria}}$

Range = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Maka diperoleh garis kontinum dengan rentang 0,8 sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2013: 350)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang digunakan penulis seperti analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi. Berikut penjelasan dari masing-masing analisis tersebut.

3.6.2.1 *Method Of Succesive Interval (MSI)*

Sebelum data analisis lebih lanjut, untuk data berskala ordinal perlu dirubah menjadi interval dengan teknik *method siccesive interval* langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Tentukan secara tegas variabel apa yang akan dicari, diukur, diteliti, diolah untuk mendapatkan hasil yang baik.

- b. Tentukan berapa responden yang memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
- c. Setiap frekuensi pada reponden dibagi dengan keseluruhan responden disebut sebagai proporsi.
- d. Tentukan proporsi kumulatif (proporsi kumulatif mendekati distribusi).
- e. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai y.
- f. Tentukan nilai densitas untk setiap nilai y yang diperoleh.
- g. Menentukan nilai skala (scala values)

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Dinsity of Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

- h. Menentukan nilai transformasi :

$$Y = sv + [K]$$

$$\text{Dimana : } K = 1 + SV \text{ min}$$

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Sugiyono (2013 : 333), dikatakan regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu. Mengingat dalam penelitian ini variabel X memiliki dua predicator, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

a = Bilangan Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Kualitas Pelayanan

X₂ = Variabel Citra Merek

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui kuat hubungan antara variabel X₁ (Kualitas Pelayanan) dan X₂ (Citra Merek) dan Y (Loyalitas Nasabah). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi ganda

Jk_{reg} = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

Jk_{tot} = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis, dengan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4
Koefisien Korelasi

| Koefisien Korelasi | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,19 | Sangat Rendah |
| 0,20-0,39 | Rendah |
| 0,40-0,59 | Sedang |
| 0,60-0,79 | Kuat |
| 0,80-1,00 | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono (2013 : 184)

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ yaitu sebagai berikut :

1. Apabila $R=1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X₁, X₂ dan Y, semua positif sempurna

2. Apabila $R=-1$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan Y , semua negatif sempurna.
3. Apabila $R=0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel bebas terikatnya. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y , nilai R^2 adalah nilai nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Untuk melihat seberapa besar pengaruh X_1 dan X_2 (variabel independen) terhadap variabel dependen, biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%) koefisien determinasi simultan sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat dari koefisien ganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besaran pengaruh salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

$$Kd = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

B = Beta (*nilai standardized coefficients*)

Zero Order = matrik korelasi varaibel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap Y lemah

Kd =1, berarti pengaruh variabel X terhadap Y kuat.

3.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Nasabah, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis no (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang di kemukakan dapat di jabarkan pada halaman selanjutnya. Pengujian ini menggunakan uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Merumuskan Hipotesis

$$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$$

Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah.

$$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$$

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah

- b. Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan (db) = $n-k-1$, untuk mengetahui daerah F_{tabel} , sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis
- c. Menghitung nilai F_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut

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

Sumber: Sugiyono (2013: 261)

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

k = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran Sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} ($n-k-1$).

- d. Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak H_0 Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_1 diterima (signifikan)

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_1 ditolak (tidak signifikan)

3.6.3.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hubungan parsial diperluaskan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variable yang lain, apakah variabel saling

mempengaruhi atau tidak. Pengujian dilakukan dengan uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Merumuskan Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$, tidak ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

$H_0 : \beta_1 \neq 0$, ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

$H_0 : \beta_2 = 0$, tidak ada pengaruh signifikan citra merek terhadap loyalitas nasabah

$H_0 : \beta_2 \neq 0$, ada pengaruh signifikan citra merek terhadap loyalitas nasabah

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan tingkat signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n - k - 1}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

r = Nilai korelasi parsial

Kemudian hasil hipotesis T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk membantu penulis melakukan

penelitian. Rancangan kuisisioner ini menggunakan skala likert (Sugiyono, 2013 : 93). Skala *likert* di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuisisioner merupakan tekhnik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang di ukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden. Dalam skala likert variabel yang diukur dijabarkan menjadi *sub variabel*. Kemudian *sub variabel* dijadiakan indikator, dan indikator-indikator ini yang kemudian dijadiakan instrumen penyusun pertanyaan yang akan diisi oleh responden.

Rancangan kuisisioner yang dibuat peneliti adalah kuisisioner yang bersifat pertanyaan yang diberikan, dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh peneliti, dengan berpedoman kepada skala rating dimana setiap jawabannya akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut : Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Ragu-Ragu (RR) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di PT. Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Kosambi di Jalan Jendral.Ahmad yani No.221-223 Blok A-13 Kota Bandung pada bulan januari sampai Maret 2018.