

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat yang didalam pencapaian suatu tujuannya berguna untuk memecahkan masalah-masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara ilmiah yang memiliki kegunaan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:11) menjelaskan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain yang diteliti dan di analisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

Metode penelitian deskriptif yang digunakan peneliti dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah pada Nomor satu yaitu bagaimana tanggapan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang di lakukan oleh bank **bjb** KCP Katapang. Nomor dua yaitu bagaimana tanggapan nasabah terhadap citra perusahaan yang di berikan oleh bank **bjb** KCP Katapang. Dan nomor tiga yaitu Bagaimana tanggapan loyalitas nasabah terhadap kualitas pelayanan dan citra perusahaan bank **bjb** KCP Katapang.

Kemudian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:11) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan *statistic*.

Metode penelitian verifikatif digunakan penelitian untuk menjawab rumusan masalah nomor empat yaitu Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada bank **bjb** KCP Katapang

3.2 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel-variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil dari perumusan masalah.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:38). Variabel tersebut berupa variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjawab sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent*, dikonotasikan dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1), dan Citra Perusahaan (X2).

Sedangkan untuk variabel terikat (*dependent*) menurut Sugiyono (2017:39) yang dimaksud variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah dikonotasikan dengan huruf (Y). Berikut definisi variabel penelitiannya:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Fandy Tjiptono (2014:268), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

2. Citra Perusahaan (X_2)

Citra perusahaan menurut Fandy Tjiptono (2014:269) Citra korporasi (*corporate image*) merupakan faktor penting dalam sebagian besar jasa yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas melalui berbagai cara.

3. Loyalitas Pelanggan (Y)

Kotler dan Kaller (2016:153) menyatakan bahwa *customers have varying degrees of loyalty to specific brands, stores, and companies. Loyalty has been defined as "a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential because switching behavior"*. pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap suatu merek, toko, dan perusahaan tertentu ketika pelanggan memiliki komitmen untuk membeli kembali atau menggunakan ulang produk atau jasa yang disukai dimasa mendatang.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah yang akan diteliti diatas. Penelitian menetapkan sub variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator yang dijadikan sebagai item-item pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuisioner. Agar lebih jelas mengenai operasional variabelnya, maka dapat dilihat tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Kualitas Pelayanan (X1), “Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.” Fandy Tjiptono (2015:157)	1. Bukti Fisik (<i>tangible</i>)	a. Kenyamanan ruang tunggu nasabah.	Tingkat kenyamanan ruang tunggu nasabah.	Ordinal	1
		b. Kerapihan seragam karyawan	Tingkat kerapihan seragam karyawan	Ordinal	2
		c. Lokasi bank yang strategis	Tingkat kesetragis an lokasi	Ordinal	3
		d. Fasilitas yang lengkap	Tingkat Fasilitas yang lengkap	Ordinal	4
	2. Keandalan (<i>reliability</i>)	a. Kecepatan karyawan dalam proses transaksi	Tingkat kecepatan karyawan dalam proses transaksi	Ordinal	5

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No	
		b. Bank bjb memberikan kemudahan dalam pengajuan keluhan	Tingkat kemudahan dalam pengajuan keluhan	Ordinal	6	
		c. Kejelasan karyawan dalam menyampaikan informasi	Tingkat kejelasan karyawan dalam menyampaikan informasi	Ordinal	7	
	3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	a. Karyawan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen.	Tingkat ketanggapan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen	Ordinal	8	
	4. Jaminan (<i>assurance</i>)	a. Keamanan data nasabah	Tingkat keamanan data nasabah	Ordinal	9	
		b. Kejujuran yang dimiliki karyawan	Tingkat kejujuran yang dimiliki karyawan	Ordinal	10	
	5. Empati (<i>empathy</i>)	a. Komunikasi yang dilakukan karyawan terhadap nasabah	Tingkat komunikasi yang dilakukan karyawan terhadap nasabah	Ordinal	11	
		b. Keramahan karyawan	Tingkat keramahan karyawan	Ordinal	12	
		c. Perhatian yang diberikan karyawan	Tingkat perhatian karyawan terhadap	Ordinal	13	
	(Sumber : Parasuraman Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2015:198))					

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
			nasabah		
Citra Perusahaan (X2), “Citra perusahaan (<i>corporate image</i>) merupakan faktor penting dalam sebagian besar jasa yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas melalui berbagai cara” Fandy Tjiptono (2014:269)	1. Personality	a. Kepribadian yang dipahami publik sebagai bank yang terpercaya	Tingkat kepribadian yang dipahami public sebagai bank yang terpercaya	Ordinal	14
	2. Reputation	a. Reputasi bank bjb	Tingkat reputasi bank bjb	Ordinal	15
		b. Bank bjb bank yang memberikan keyakinan terhadap nasabah	Tingkat bank yang memberikan keyakinan terhadap nasabah	Ordinal	16
	3. Value	a. Nilai-nilai yang diterapkan bank bjb sebagai budaya perusahaan	Tingkat nilai-nilai yang diterapkan bank bjb sebagai budaya perusahaan	Ordinal	17
	4. Corporate identity	a. Kemudahan dalam mengenali identitas bank bjb.	Tingkat kemudahan dalam mengenali identitas bank bjb.	Ordinal	18
		b. Slogan bank bjb menggambarkan nilai yang tinggi bagi nasabah	Tingkat slogan bank bjb menggambarkan nilai yang tinggi bagi nasabah	Ordinal	19
	(Sumber : Harrison (2014:220))				

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Loyalitas Nasabah (Y), “Menyatakan bahwa <i>customers have verying degrees of loyalty to specific bramds, stores, and companies. Loyalty has been defind as “a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential because switching behavior”</i> ”	1. <i>Repeat buyer</i> (melakukan pembelian ulang)	a. Penggunaan traksaksi ulang terhadap produk bank bjb oleh nasabah	Tingkat transaksi ulang terhadap produk bank bjb	Ordinal	20
	2. <i>Purchases across sproduct and service lines</i> (melakukan pembelian antar lini produk/ jasa)	a. Kesiediaan nasabah untuk menggunakan jasa lain yang ditawarkan oleh bank bjb	Tingkat kesiediaan nasabah untuk menggunakan jasa lain yang ditawarkan	Ordinal	21
	3. <i>Referes other</i> (merefere nsikan kepada oranglain)	a. Nasabah mereferensikan produk jasa bank bjb terhadap orang lain	Tingkat kesiediaan nasabah mereferensi kan produk jasa bank terhadap orang lain	Ordinal	22
	4. <i>Demonstrates immunity to the full of competitions</i> (menunjukkan daya tahan terhadap pesaing)	a. Nasabah tidak akan terpengaruh terhadap produk jasa bank lain	Tingkat kesetiaan nasabah terhadap bank bjb	Ordinal	23
Kotler dan Keller (2016:153)	(Sumber : Griffin dalam Sangadji dan Shopiah (2014:105))				

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat diteliti dan dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data, dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian serta jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai suatu wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi dalam penelitian ini adalah data rata-rata pengunjung yang pernah melakukan transaksi di bank **bjb** KCP katapang mulai tahun 2014 sampai dengan tahun 2018:

Tabel 3.2
Jumlah Nasabah Tabungan Bank bjb KCP Katapang

Tahun	Nasabah Tabungan
2014	2.035 nasabah
2015	1.876 nasabah
2016	1.781 nasabah
2017	1.542 nasabah
2018	1.463 nasabah
Total	8.697 nasabah
Rata-rata	1.739

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan jumlah populasi penelitian ini berjumlah 8.697 nasabah yang didapat dari jumlah nasabah tabungan bank **bjb** KCP Katapang pada tahun 2014 sampai dengan 2018. Kemudian diambil rata-rata jumlah pengunjung sebanyak 1.739 nasabah.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan salah satu unsur dari populasi yang hendak dijadikan suatu objek penelitian. Apabila penelitian menggunakan sampel, maka yang bisa didapat yaitu ciri-ciri sampel yang diharapkan bisa menaksir ciri-ciri populasi.

Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representatif (benar-benar mewakili). Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut:

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

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

e 2 : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir

(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10 %)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 8.697 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 :

$$n = \frac{1.739}{1 + (1.739)(0,1)^2}$$

$$= 98,88 \approx 99$$

Berdasarkan perhitungan slovin, maka di peroleh ukuran sampel (n) dalam penelitian sebanyak 99 responden dengan batasan toleransi kesalahan 10% atau dengan tingkat keakuratan sebesar 90%. Jumlah tersebut akan di jadikan sebagai ukuran sampel penelitian di bank **bjb** Kantor Cabang Pembantu Katapang

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2017:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:82).

Teknik *non probability sampling* terdiri dari *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling incidental*, *sampling jenuh* *snow ball sampling*. Teknik *non probability* yang dipilih yaitu *sampling incidental*. Secara spesifik teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:85).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, antara lain yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan cara melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer dengan cara:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono 2017:145). Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di bank **bjb** Kantor Cabang Pembantu Katapang.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena ataupun permasalahan yang harus diteliti dalam perusahaan dan bila peneliti ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan juga jumlah responden kecil/sedikit (Sugiyono,2017:137). Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan Pimpinan KCP di bank **bjb** Kantor Cabang Pembantu Katapang.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017:142). Kuesioner akan diberikan kepada nasabah bank **bjb**

Kantor Cabang Pembantu Katapang. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas nasabah pada bank **bjb** Kantor Cabang Pembantu.

2. Penelitian Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi *literature* adalah usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu jurnal penelitian, internet dan buku-buku yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan

sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti pada tabel yang disajikan berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:140)

3.5.1 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian yang biasa digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Keabsahan suatu penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item

pernyataan variabel. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditunjukkan kepada responden dengan total untuk seluruh item. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, dan jika antara item dengan total item sama atau dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, digunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefesien *r product moment*

r = Koefesien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sugiyono (2017:127) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.1.1.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Perhitungan uji validitas variabel kualitas pelayanan dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 99 responden pada nasabah bank **bjb** KCP Katapang melalui 13 pernyataan yang diajukan mengenai kualitas di bank **bjb** KCP Katapang. Kemudian menghitung validitas setiap item dengan menggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistic Product Service Solution*) lalu dibandingkan dengan *Pearson Product Moment* $> 0,3$. Berikut adalah hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X1) yang disajikan pada tabel 4.4 :

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X1)

No Item	Nilai Korelasi (R_{hitung})	Standar Validitas (R_{kritis})	Keterangan
1	0,575	0,300	Valid
2	0,722	0,300	Valid
3	0,634	0,300	Valid
4	0,434	0,300	Valid
5	0,706	0,300	Valid
6	0,700	0,300	Valid
7	0,717	0,300	Valid
8	0,716	0,300	Valid
9	0,761	0,300	Valid
10	0,541	0,300	Valid
11	0,695	0,300	Valid
12	0,757	0,300	Valid
13	0,748	0,300	Valid

Sumber : Hasil olahan data penelitian 2019

Berdasarkan tabel 3.4 yang merupakan tabel hasil uji validitas terhadap variabel kualitas pelayanan, diantara 13 pernyataan tersebut terdapat nilai korelasi terendah yaitu pada pernyataan ke empat sebesar 0,434 dan nilai korelasi tertinggi pada pernyataan ke sembilan sebesar 0,761 maka seluruh item pertanyaan dikatakan valid karena *pearson product moment* > 0,3. Hasil validitas pada instrument kualitas pelayanan dari pertanyaan pertama sampai pertanyaan ke 13 dinyatakan valid dengan perhitungan nilai korelasi menggunakan SPSS (*Statistic Product Service Solution*) hasilnya lebih besar dari standar validitas yaitu 0,3.

3.5.1.1.2 Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (X2)

Perhitungan uji validitas variabel citra perusahaan dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 99 responden pada nasabah bank **bjb** KCP Katapang melalui 6 pernyataan yang diajukan mengenai citra perusahaan dibank **bjb** KCP Katapang. Kemudian menghitung validitas setiap item dengan menggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistic Product Service Solution*) lalu dibandingkan dengan *Pearson Product Moment* > 0,3. Berikut adalah hasil uji validitas variabel citra perusahaan (X2) yang disajikan pada tabel 4.5 :

Tabel 3.5

Hasil Pengujian Validitas Instrumen Citra Perusahaan (X2)

No Item	Nilai Korelasi (R_{hitung})	Standar Validitas (R_{kritis})	Keterangan
1	0,736	0,300	Valid
2	0,414	0,300	Valid
3	0,603	0,300	Valid
4	0,665	0,300	Valid
5	0,742	0,300	Valid
6	0,348	0,300	Valid

Sumber : Hasil olahan data penelitian 2019

Berdasarkan tabel 3.5 yang merupakan tabel hasil uji validitas terhadap variabel citra perusahaan, diantara 6 pernyataan tersebut terdapat nilai korelasi

terendah yaitu pada pertanyaan ke enam sebesar 0,348 dan nilai korelasi tertinggi pada pertanyaan ke lima sebesar 0,742 maka seluruh item pertanyaan dikatakan valid karena *pearson product moment* > 0,3. Hasil validitas pada instrumen citra perusahaan dari pertanyaan pertama sampai pertanyaan ke 6 dinyatakan valid dengan perhitungan nilai korelasi menggunakan SPSS (*Statistic Product Service Solution*) hasilnya lebih besar dari standar validitas yaitu 0,3.

3.5.1.1.3 Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y)

Perhitungan uji validitas loyalitas dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 99 responden pada nasabah bank **bjb** KCP Katapang melalui 4 pernyataan yang diajukan mengenai loyalitas nasabah di bank **bjb** KCP Katapang. Kemudian menghitung validitas setiap item dengan menggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistic Product Service Solution*) lalu dibandingkan dengan *Pearson Product Moment* > 0,3. Berikut adalah hasil uji validitas variabel loyalitas (Y) yang disajikan pada tabel 4.6 sebagai berikut :

Tabel 3.6

Hasil Pengujian Validitas Instrumen Loyalitas (Y)

No Item	Nilai Korelasi (R_{hitung})	Standar Validitas (R_{kritis})	Keterangan
1	0,697	0,300	Valid
2	0,811	0,300	Valid
3	0,384	0,300	Valid
4	0,731	0,300	Valid

Sumber : Hasil olahan data penelitian 2019

Berdasarkan tabel 3.6 yang merupakan tabel hasil uji validitas terhadap variabel loyalitas, diantara 4 pernyataan tersebut terdapat nilai korelasi terendah yaitu pada pertanyaan ke tiga sebesar 0,384 dan nilai korelasi tertinggi pada

pertanyaan ke dua sebesar 0,811 maka seluruh item pertanyaan dikatakan valid karena *pearson product moment* > 0,3. Hasil validitas pada instrument loyalitas dari pernyataan pertama sampai pernyataan ke 4 dinyatakan valid dengan perhitungan nilai korelasi menggunakan SPSS (*Statistic Product Service Solution*) hasilnya lebih besar dari standar validitas yaitu 0,3.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2017:130).

Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *split-half method* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown*, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.

2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3. Korelasi skor kelompok I dan kelompok II dengan rumus:

$$r_b = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n\sum A^2 - (\sum A)^2)(n\sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Dimana :

r = Koefesien korelasi *product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila r hitung $>$ dari r tabel, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila r hitung $<$ dari r tabel, maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel atau tidak dapat diandalkan.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

Pada penelitian ini, akan dilakukan uji reliabilitas dengan koefisien *Cronbach Alpha*, karena metode ini lebih mudah dan sudah tersedia dalam program SPSS. Berdasarkan hasil analisa dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* sebagaimana ditunjukkan pada tabel-tabel sebagai berikut :

Tabel 3.7

Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	13

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 2019

Tabel 3.7 diatas menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan *Cronbach's Alpha* 0,880 lebih besar dari 0,7. Sehingga untuk kualitas pelayanan (X1) di kategorikan reliabel berada diantara 0,61 sampai dengan 0,80, maka kuesioner dapat di andalkan serta konsisten sebagai alat ukur yang tepat.

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Citra Perusahaan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.710	6

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 2019

Tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa pada variabel citra perusahaan (X2) menunjukkan *Cronbach's Alpha* 0,710 lebih besar dari 0,7. Sehingga untuk citra perusahaan (X2) di kategorikan reliabel berada diantara 0,61 sampai dengan 0,80, maka kuesioner dapat diandalkan serta konsisten sebagai alat ukur yang tepat.

Tabel 3.9
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Loyalitas (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.755	4

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 2019

Tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa pada variabel loyalitas (Y) menunjukkan *Cronbach's Alpha* 0,755 lebih besar dari 0,7. Sehingga untuk loyalitas (Y) di kategorikan reliabel berada diantara 0,61 sampai dengan 0,80, maka kuesioner dapat diandalkan serta konsisten sebagai alat ukur yang tepat.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Pengertian analisis deskriptif yang dikemukakan oleh (Sugiyono, (2017:147) adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui masuk pada kategori apakah tingkat perolehan nilai (*skor*) variabel penelitian. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor yaitu berikut ini:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria Pertanyaan}}$$

Dimana:

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

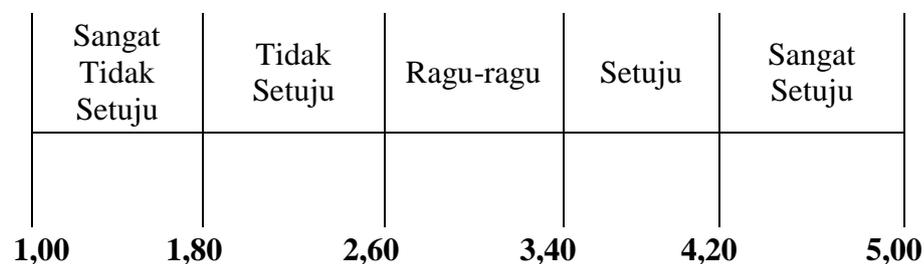
$$\text{Rentang skor} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut

Tabel 3.10
Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Kurang Setuju
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

^Sumber: Sugiyono (2017:165)



Gambar 3.1
Garis Kontinum

- a. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Setuju
- b. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak Setuju
- c. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang Setuju
- d. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Setuju
- e. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Setuju

3.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif yaitu model penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:169). Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut ini:

Data yang didapat dari kuesioner merupakan ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Method of Succesive Interval*".

Menurut Umi Narimawati, dkk (2014:57) langkah-langkah untuk melakukan transformasi data, dari data ordinal menjadi data interval adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 , maka data dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Of Succesive Interval*, dengan rumus:

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - (\text{Density at upper limit})}{\text{Area under upper limit} - (\text{Area under lower limit})}$$

Dimana :

SV(Scala Value) = Rata-rata interval

Density at lower limit = Kepaduan batas bawah

Density at upper limit = Kepaduan batas atas

Area under upper limit = Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit = Daerah dibawah batas bawah

6. Menggunakan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus:

$$Y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Loyalitas Nasabah)

a = Bilangan konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefesien regresi Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan

X1 = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

X2 = Variabel bebas (Citra Perusahaan)

e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah selain Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan.

3.5.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1), Citra

Perusahaan (X2) dan Loyalitas Pelanggan (Y) dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R^2 = Koefesien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

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

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel

3.4 sebagai berikut ini :

Tabel 3.11

Taksiran Besarnya Koefesien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:180)

3.5.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Citra

Perusahaan (X2) terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, yang akan dijelaskan pada halaman selanjutnya sebagai berikut:

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda Simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1), variabel Citra Perusahaan (X2), terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y) secara simultan dan hasilnya berupa persentase (%) dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Dimana :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi *product moment*

100% = Pengalihan yang menyatakan dalam persentase

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Citra Perusahaan (X2) terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y). secara parsial dan hasilnya berupa persentase (%) dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Dimana :

B = Beta (nilai *standarlized coefficients*)

Zero Order = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana, apabila :

$K_d = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah

$K_d = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.5.4 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan), X2 (Citra Perusahaan) dan Y (Loyalitas Nasabah).

3.5.4.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan 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 Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah.

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

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus pada halaman selanjutnya:

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

Dimana:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut ($n - k - 1$) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ – H_1 diterima (signifikan)

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

3.5.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik yaitu:

1. $H_0 : \beta_1=0$, tidak ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

2. $H_0 : \beta_1 \neq 0$, ada pengaruh signifikan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.
3. $H_0 : \beta_2 = 0$, tidak ada pengaruh signifikan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah
4. $H_0 : \beta_2 \neq 0$, ada pengaruh signifikan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah

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

$$t = \frac{r_p \sqrt{n - 2}}{1 - r_p}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

r_p = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis T hitung dibandingkan ttabel 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.

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja

yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan loyalitas nasabah, sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya pilihan sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di bank **bjb** Kantor Cabang Pembantu Katapang di Jalan terusan Kopo Katapang no62, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. pada bulan Januari 2019 sampai Maret 2019