

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu Sugiyono (2017:2). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengambilan data penelitian. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Sedangkan rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. 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 perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung.

Sedangkan penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak Sugiyono (2017:14). 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 perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan unsur penting dalam penelitian karena dengan variabel inilah penelitian bisa dikembangkan dan bisa diolah sehingga diketahui pemecahan permasalahannya. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur-unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti variabel dan konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, skala dan item pertanyaan. Untuk lebih jelas, berikut pengetahuan variabel dan operasionalisasi variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugioyono, 2017:38). Dilihat dari hubungan variabel satu dengan variabel yang lain. Variabel yang terdapat pada penelitian ini adalah hal yang dapat diteliti terhadap objek penelitian, yang kemudian variabel tersebut ditetapkan untuk dipelajari lebih dalam sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian akan ditarik kesimpulannya.

3.2.1.1 Variabel Independen

Variabel bebas (independen) menurut Sugioyono (2017:39) adalah variable yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat) dengan symbol (X). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas Pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2014:268), Zeithaml dan L. Berry dalam bindi (2013:94) dan Rambat Lopiyoadi dan Hamdani (2014:183) Kualitas Pelayanan (X1), kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk konsumsi, bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai) bersifat tidak berwujud dan apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik (ideal), dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan di persepsikan jelek (kurang ideal), sehingga kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi.
2. Citra Perusahaan menurut Fandy Tjiptono (2014:269), Gregory (2011:60), dan Harrison bekerjasama dengan Reputationinstitute.com dalam Fandy Tjiptono (2014:119) Citra Perusahaan (X2), citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan baik perusahaan besar maupun kecil. Citra merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan atau organisasi yang terus menerus dibangun dan dipelihara oleh lingkungan perusahaan. Citra yang baik merupakan perangkat yang kuat, bukan hanya untuk menarik pelanggan dalam memilih barang jasa dari suatu perusahaan, akan tetapi dapat memperbaiki sikap dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan atau organisasi tersebut.

3.2.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen menurut Sugiyono (2017:39) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas dengan simbol (Y). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Loyalitas Nasabah (Y). Menurut Giffin yang dikutip oleh Sangadji dan Shopiah (2013:104), Parasuraman dalam Kotler dan Keller (2016: 138) dan Tjiptono dan Chandra (2014) Loyalitas adalah sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk atau jasa tersebut. Konsep ini menjelaskan bagaimana konsumen atau nasabah mau bertahan dan berlangganan kembali walaupun situasi dapat mempengaruhinya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Variabel dapat diartikan sebagai salah satu totalitas gejala atau objek pengamatan yang akan diteliti secara nyata dalam lingkup objek penelitian. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel, seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran dan skala. Aspek yang akan diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X 1) yaitu Kualitas

Pelayanan, variabel (X 2) yaitu Citra Perusahaan, dan variabel (Y) yaitu Loyalitas Nasabah. Variabel-variabel tersebut kemudian dioperasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian serta no angket. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi variabel dan operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel Dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket
<p>Kualitas Pelayanan (X1)</p> <p>“Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk konsumsi, bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai) bersifat tidak berwujud dan apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik (ideal), dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan di persepsikan</p>	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Kerapihan seragam karyawan	Tingkat kerapihan seragam karyawan	Ordinal	1
		Kebersihan Gedung	Tingkat kebersihan ruangan	Ordinal	2
		Fasilitas Bank Bjb lengkap	Tingkat kelengkapan fasilitas yang ada di Bank	Ordinal	3
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kehandalan karyawan dalam penyelesaian keluhan	Tingkat kehandalan karyawan dalam menyelesaikan keluhan	Ordinal	4
		Kemampuan karyawan memberikan informasi tentang produk	Tingkat kemudahan informasi	Ordinal	5
		Karyawan cepat melakukan transaksi	Tingkat kecepatan karyawan dalam melakukan transaksi	Ordinal	6
	Daya Tanggap	Respon karyawan terhadap	Tingkat merespon	Ordinal	7

Variabel Dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket	
jelek (kurang ideal), sehingga kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi. Zeithaml Dan L. Berry Dalam Bindi (2013:94), Fandy Tjiptono (2014:268), Dan Rambat Lopiyoadi Dan Hamdani (2014:183)	<i>(Responsiveness)</i>	Keluhan Nasabah	keluhan masalah			
		Kesediaan karyawan membantu nasabah	Tingkat kesediaan memberikan bantuan	Ordinal	8	
	Jaminan <i>(Assurance)</i>	Mengelola dana nasabah	Tingkat mengelola dana nasabah	Ordinal	9	
		Karyawan jujur dalam bekerja	Tingkat Kejujuran Karyawan dalam melakukan pekerjaan	Ordinal	10	
		Keamanan identitas nasabah	Tingkat melindungi identitas nasabah	Ordinal	11	
	Empati <i>(Empathy)</i>	Perhatian yang di berikan karyawan kepada nasabah	Tingkat perhatian karyawan yang diberikan kepada nasabah	Ordinal	12	
		Komunikasi karyawan dengan nasabah baik	Tingkat komunikasi karyawan baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah	Ordinal	13	
		Karyawan ramah kepada nasabah	Tingkat keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah	Ordinal	14	
	Citra perusahaan (X2) “Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang	<i>Personality</i>	Tanggung jawab perusahaan	Tingkat Tanggung Jawab Perusahaan	Ordinal	1
			Kepercayaan nasabah	Tingkat kepercayaan nasabah kepada bank Bjb	Ordinal	2

Variabel Dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket
<p>dimiliki oleh suatu perusahaan baik perusahaan besar maupun kecil. Citra merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan atau organisasi yang terus menerus dibangun dan dipelihara oleh lingkungan perusahaan. Citra yang baik merupakan perangkat yang kuat, bukan hanya untuk menarik pelanggan dalam memilih barang jasa dari suatu perusahaan, akan tetapi dapat memperbaiki sikap dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan atau organisasi tersebut.”</p> <p>Gregory (2013:60), Fandy Tjiptono (2014:269) Dan Harrison Bekerjasama Dengan Reputationinstitute. Com Dalam Fandy Tjiptono (2014:119)</p>	<i>Reputation</i>	Standar kompetensi karyawan	Tingkat standar kompetensi karyawan	Ordinal	3
		Reputasi bank baik dimata nasabah	Tingkat reputasi bank Baik dimata nasabah	Ordinal	4
	<i>Value</i>	Budaya perusahaan	Tingkat budaya perusahaan	Ordinal	5
		Keramahan karyawan	Tingkat keramahan karyawan kepada nasabah	Ordinal	6
	<i>Corporate Identity</i>	Identitas perusahaan	Tingkat karakteristik perusahaan mudah dikenali nasabah	Ordinal	7
		Slogan menarik	Tingkat slogan yang menarik perhatian nasabah	Ordinal	8

Variabel Dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket
<p>Loyalitas (Y)</p> <p>“Loyalitas adalah sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk atau jasa tersebut.konsep ini menjelaskan bagaimana konsumen atau nasabah mau bertahan dan berlangganan kembali walaupun situasi dapat mempengaruhinya.”</p> <p>Giffin Yang Dikutip Oleh Sangadji Dan Shopiah (2013:104),</p>	Pembelian Ulang Secara Teratur	Pembelian ulang secara teratur	Tingkat pemakaian produk ulang secara teratur produk bank Bjb	Ordinal	1
	Membeli Di Luar Lini Produk	Pembelian lini produk yang lainnya	Tingkat pembelian lini produk yang lainnya	Ordinal	2
	Mereferensikan Produk Kepada Orang Lain	Memberikan referensi pada orang lain	Tingkat kepercayaan nasabah terhadap produk bank Bjb	Ordinal	3
	Menunjukkan Kekebalan Daya Tarik Dari Pesaing	Kekebalan terhadap tarikan dari pesaing tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing	Tidak tertarik dengan produk lain ataupun merek lainnya selain produk bank Bjb	Ordinal	4

Variabel Dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket
Parasuraman Dalam Kotler Dan Keller (2016: 138) Dan Tjiptono Dan Chandra (2014).					

Sumber : Olah Data Oleh Peneliti 2019

Berdasarkan tabel 3.1 diatas dapat dilihat bahwa rancangan kuesioner dengan item pertanyaan yang berjumlah 26 sedangkan pada kuesioner penelitian pendahuluan berjumlah 14 pernyataan. Perbedaan tersebut dikarenakan rancangan kuesioner disusun menggunakan dimensi,indikaor dan alat ukur untuk membentuk rancangan kuesioner. Sedangkan untuk keusioner penelitian pendahuluan hanya menggunakan dimensi dari variabel -variabel yang akan diteliti sehingga terdapat perbedaan antara rancangan kuesioner dengan kuesioner penelitian pendahuluan.

3.3 Populasi, Sempel dan Teknik Sempling

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

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017 : 85) 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 seluruh pengunjung yang pernah melakukan transaksi di Bank BJB Kantor Cabang Tamansari, adapun jumlah data pengunjungnya sebagai berikut :

Tabel 3.2
Data Jumlah Nasabah Bulan Juli-Desember 2018

No.	Bulan	Jumlah Nasabah
		2018
1.	Juli	427
2.	Agustus	695
3.	September	730
4.	Oktober	932
5.	November	548
6.	Desember	821
Total		4.067

Sumber : Bank BJB KC Tamansari 2018

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 4.067 orang yang didapat dari jumlah nasabah di Bank BJB KC Tamansari pada bulan Juli-Desember 2018 .

3.3.2 Sempel

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. Menurut 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:

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

Dimana :

n : Ukuran Sempel

N : Ukuran Populasi

e : tingkat kesalahan dan memilih anggota sampel yang ditolerir

Jumlah populasi yaitu sebanyak 4,067 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 :

$$n = \frac{4.067}{1 + 4.067 (0,1)^2} = 97$$

Berdasarkan perhitungan, maka di peroleh ukuran sampel (n) dalam penelitian sebanyak 97 responden dengan batasan toleransi kesalahan 10%. Jumlah tersebut akan di jadikan sebagai ukuran sampel penelitian di Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung.

3.3.3 Teknik Sampling

Tekhnik Sampling adalah tekhnik 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 (2016: 124), *Non-Probability Sampling* adalah tehnik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kemudian menurut Sugiyono (2016: 127), *Purposive Sampling* yaitu tehnik 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 di PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung.

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, adalah sebagai berikut :

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 2016:145).

Penulis mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena permasalahan yang harus diteliti dan bila peneliti ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan jumlah responden kecil/sedikit (Sugiyono,2016:137). Wawancara dilakukan dengan tanya jawab langsung dengan responden yang tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

c. Kuesioner

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. Penelitian 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 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 skal 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 sebagai 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

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 (2016:200) merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

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 instrument

n = Jumlah responden dalam uji instrument

Σx = Jumlah hasil pengamatan variabel X

Σy = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

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

$$r = \frac{n(\Sigma X_1 Y_1) - (\Sigma X_1)(\Sigma Y_1)}{\sqrt{((n(\Sigma X_1^2) - (\Sigma X_1)^2)(n(\Sigma Y_1^2) - (\Sigma Y_1)^2))}}$$

- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) Sugiyono (2016:179) 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.
- c.

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, 2016:173). 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 II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan 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

ΣAB = 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

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

3.5.2 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 (2016 : 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 perusahaa 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 3.4

Kriteria Interpretasi Nilai Rata-Rata (Mean)

Interpretasi Nilai	Kriteria
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(2016)

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

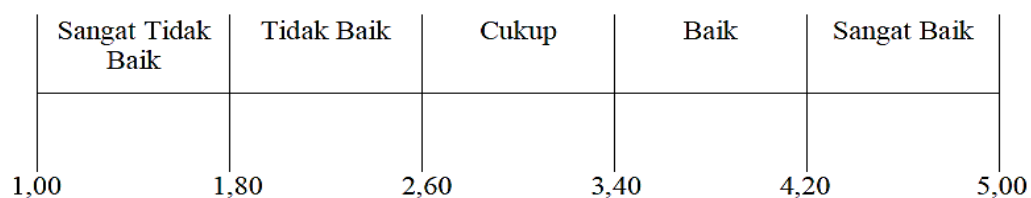
Nilai tertinggi = 5

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

3.5.3 Analisa Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan peneliti akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono, (2016:54). Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut ini :

3.5.3.1 *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.
- f. Tentukan nilai densitas untk setiap nilai y yang diperoleh.
- g. Menentukan nilai skala (*scala values*)

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

- h. Menentukan nilai transformasi :

$$Y = sv + [K]$$

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

3.5.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Sugiyono (2016 : 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 = Varibel terikat (Loyalitas Nasabah)

a = Bilangan Konstanta

$\beta_1\beta_2$ = Koefisien Regresi

X1 = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

X2 = Variabel bebas (Citra Perusahaan)

3.5.3.3 Analisis Korelasi Berganda

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

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

Dimana :

R² = Koefisien 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

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 dibawah ini :

Tabel 3.5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Kriteria
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,800 – 0,799	Kuat
0,600 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2016:184)

3.5.3.4 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan 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) dan variabel Cita 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^2 = 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 Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Citra Perusahaan (X2) terhadap variabel dependen yaitu 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 *standardized coefficients*)

Zero Order = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana, apabila :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah

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

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan. Uji hipotesis untuk korelasi ini di rumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a), rumus hipotesis sebagai berikut :

3.5.4.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan mengukan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung

$H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$: terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau di tolaknya hipotesisi. Untuk melakukan uji signifikan koefisien, taraf signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N= Ukuran Sempel

F= F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} ($n-K-1$) = derajat kebebasan

Perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk ($n-K-1$) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ - H_a diterima (signifikan)
2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ - H_a ditolak (tidak signifikan)

3.5.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk

statistik sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Bank BJB kantor Cabang Tamansari Bandung

$H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Bank BJB kantor Cabang Tamansari Bandung

$H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara Citra Perusahaan (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Bank BJB kantor Cabang Tamansari Bandung

$H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara Citra Perusahaan (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Bank BJB kantor Cabang Tamansari Bandung

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

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

rp = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan ttabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Terima H_0 Jika thitung < ttabel – H_1 ditolak (tidak signifikan)

Tolak H_0 Jika thitung > ttabel – H_1 diterima (signifikan)

3.6 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, 2016 : 93). Skala *likert* di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner merupakan tehnik 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 dijadikan indikator, dan indikator-indikator ini yang kemudian dijadikan instrumen penyusun pertanyaan yang akan diisi oleh responden.

Rancangan kuesioner yang dibuat peneliti adalah kuesioner 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.

3.7 Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian untuk penulisan ini skripsi ini dilakukan oleh penulis di PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung di Jalan Tamansari No. 18, tamansari Bandung wetan Kota Bandung, Jawa Barat 40132 yang berlangsung pada bulan Maret sampai dengan bulan September 2019.