

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ditinjau dari tujuan penelitian digolongkan sebagai penelitian deskriptif dan verifikatif (Sugiyono, 2012:11) memberikan gambaran mengenai kualitas layanan *electronic banking*, citra merek dan kepuasan nasabah yang diperoleh dari penelitian, kemudian dari data tersebut dilakukan analisis.

Penelitian deskriptif 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 di analisis sehingga menghasilkan kesimpulan. 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, 2012:11).

Metode penelitian deskriptif dipakai untuk menganalisis rumusan masalah nomor satu, dua dan tiga yaitu persepsi nasabah terhadap kualitas layanan *electronic banking*, citra merek dan kepuasan nasabah Bank Bjb Kantor Cabang Tamansari Bandung. Sedangkan metode penelitian verifikatif digunakan untuk menganalisis rumusan masalah nomor empat yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan internet banking dan citra merek terhadap kepuasan nasabah Bank Bjb Kantor Cabang Tamansari Bandung baik parsial secara maupun simultan.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Berikut ini akan diuraikan mengenai definisi variabel dan operasionalisasi variabel, yaitu sebagai berikut:

3.2.1 Definisi Variabel dan Pengukurannya

Variabel-variabel dari penelitian ini terdiri dari dua variabel X (variabel independen) dan satu variabel Y (variabel dependen) :

1. Variabel *independen* (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. (Sugiyono, 2012:32). Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas layanan *electronic banking* (X_1) dan citra merek (X_2).

a. *Electronic banking* (X_1)

Kualitas layanan merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak dapat dilihat yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan atau yang tersirat. (Parasuraman dkk dalam Tjiptono, 2014:70).

b. Citra merek (X_2)

Sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap *brand image*. (Kotler & Keller, 2016:42).

2. Variabel *dependen* (variabel terikat) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2012:32). Variabel *dependen* pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

Kepuasan nasabah merupakan hasil dari membandingkan antara apa yang di harapkan dengan apa yang dirasakan dari suatu produk akan menghasilkan rasa puas atau kecewa pelanggan (Kotler dan Keller, 2016:36)

Análisis data yang telah dikumpulkan, untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan internet banking dan citra merek (variabel X) terhadap kepuasan nasabah (variabel Y), maka untuk keperluan analisis kuantitatif setiap jawaban dari kuisioner penelitian diberi skor dengan menggunakan *Rating Scale*, yaitu data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Responden menjawab, senang atau tidak senang, setuju atau tidak setuju, pernah atau tidak pernah adalah merupakan data kualitatif. Dalam skala model *rating scale*, responden tidak akan menjawab salah satu dari jawaban kualitatif yang telah disediakan, tetapi menjawab salah satu jawaban kuantitatif yang telah disediakan. Oleh karena itu *rating scale* ini lebih fleksibel, tidak terbatas untuk pengukuran sikap saja tetapi untuk mengukur persepsi responden terhadap fenomena lainnya, seperti skala untuk mengukur status sosial ekonomi, pengetahuan, kemampuan, dan lain-lain. Sugiyono (2012:94).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel

Widyantoro, (2005:54). memberikan pengertian tentang definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberikan petunjuk bagaimana variabel diukur. Operasional variabel berisikan indikator-indikator dari suatu variabel yang memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang relevan untuk variabel tersebut. Variabel penelitian dioperasionalisasikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

| Variabel & Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Kue |
|---|-----------------------|--|---|---------|--------|
| <p>Kualitas Layanan Internet Banking (X₁)</p> <p>Kualitas layanan merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak dapat dilihat yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan atau yang tersirat.</p> <p>Parasuraman dkk dalam Tjiptono (2014:70)</p> | <i>Reliability</i> | Kecepatan akses | Tingkat kecepatan akses semua program dalam <i>electronic banking</i> | Ordinal | 1 |
| | | Kemudahan akses | Tingkat kemudahan akses | Ordinal | 2 |
| | <i>Efficiency</i> | Kecepatan transaksi | Tingkat kecepatan transaksi | Ordinal | 3 |
| | | Kelengkapan informasi | Tingkat layanan transaksi e-banking memberikan informasi lengkap | Ordinal | 4 |
| | | Kemudahan verifikasi | Tingkat kemudahan melakukan verifikasi identitas pemilik rekening antarbank | Ordinal | 5 |
| | | | Verifikasi transaksi diberikan dengan cara yang praktis | Ordinal | 6 |
| | <i>Responsiveness</i> | Banyak tempat untuk mengakses | Tingkat menyediakan sarana untuk mengakses layanan | Ordinal | 7 |
| | | Menyediakan informasi mutasi yang up to date | Tingkat layanan menyediakan informasi mutasi rekening | Ordinal | 8 |
| | | Fitur pembayaran yang lengkap | Tingkat menyediakan fitur pembayaran yang lengkap | Ordinal | 9 |
| | | Cepat dalam merespon permintaan | Tingkat layanan cepat dalam merespon permintaan | Ordinal | 10 |
| | | Dapat berbicara dengan <i>customer service</i> | Tingkat kemudahan berbicara dengan <i>customer service</i> | Ordinal | 11 |

| Variabel & Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Kue |
|----------------------------|--------------------------|--|---|---------|--------|
| | <i>Privacy/ Security</i> | Menyimpan catatan akurat dari transaksi | Tingkat <i>Internet banking</i> menyimpan catatan akurat dari transaksi | Ordinal | 12 |
| | | Memberikan keamanan bagi data transaksi | Tingkat <i>Internet banking</i> memberikan keamanan bagi data transaksi dan privasi | Ordinal | 13 |
| | | Tidak ada masalah selama menggunakan layanan <i>internet banking</i> | Tingkat tidak ada masalah selama menggunakan layanan <i>internet banking</i> | Ordinal | 14 |
| | | Merasa aman saat menggunakan <i>internet banking</i> | Tingkat keamanan saat menggunakan <i>internet banking</i> | Ordinal | 15 |
| | | Dapat memeriksa validitas dan detail dari transaksi | Tingkat dapat memeriksa validitas dan detail dari transaksi masa lalu setiap kali | Ordinal | 16 |
| | <i>Website Design</i> | <i>Loading halaman web</i> | Tingkat kecepatan <i>Loading halaman web</i> | Ordinal | 17 |
| | | Banyak media yang dapat digunakan | Tingkat banyak media yang dapat digunakan untuk mengakses layanan <i>e-banking</i> | Ordinal | 18 |
| | | Fitur-fitur <i>website</i> | Tingkat kemudahan memahami fitur-fitur <i>website</i> | Ordinal | 19 |
| | | Desain <i>website internet banking</i> | Tingkat desain <i>website internet banking</i> memudahkan penyelesaian transaksi | Ordinal | 20 |
| | | | Tingkat desain <i>website internet banking</i> memudahkan proses login | Ordinal | 21 |
| | | | Tingkat desain <i>website internet banking</i> memudahkan pemahaman tombol yang harus diklik untuk langkah berikutnya | Ordinal | 22 |
| | | | Tingkat desain <i>website internet banking</i> membantu nasabah untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat | Ordinal | 23 |
| | <i>Easy to Use</i> | Mudah untuk menemukan informasi | Tingkat kemudahan untuk menemukan informasi dalam sistem <i>internet banking</i> | Ordinal | 24 |

| Variabel & Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Kue | |
|---|------------------------------|--|---|-------------------------------|---------|----|
| | | Situs <i>internet banking</i> mudah digunakan | Tingkat kemudahan menggunakan situs <i>internet banking</i> | Ordinal | 25 | |
| | | Bahasa mudah dimengerti | Tingkat kemudahan memahami bahasa dalam website | Ordinal | 26 | |
| | | Format mudah dibaca | Tingkat format <i>output</i> mudah dibaca | Ordinal | 27 | |
| | | Informasi dan teks jelas dan mudah | Tingkat informasi dan teks yang jelas dan mudah dimengerti | Ordinal | 28 | |
| | | Sistem <i>internet banking</i> memberikan instruksi yang jelas | Tingkat sistem <i>internet banking</i> memberikan instruksi yang jelas | Ordinal | 29 | |
| | | Tampilan <i>output</i> memudahkan melakukan transaksi | Tingkat tampilan memudahkan melakukan transaksi | Ordinal | 30 | |
| Citra Merek (X₂) Sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap <i>brand image</i> Kotler & Keller (2016:42) | Kekuatan (<i>strength</i>) | Keunggulan merek | Tingkat keunggulan yang dimiliki yang tidak dimiliki oleh merek lain | Ordinal | 31 | |
| | | Keunikan (<i>uniqueness</i>) | Memiliki ciri khas | Tingkat memiliki ciri khas | Ordinal | 32 |
| | | Mudah diingat (<i>Favourable</i>) | Merek mudah diingat | Tingkat merek mudah diingat | Ordinal | 33 |
| | | | Mudah diucapkan | Tingkat merek mudah diucapkan | Ordinal | 34 |
| Kepuasan Nasabah (Y) Hasil dari membandingkan antara apa yang di harapkan dengan apa yang dirasakan dari suatu produk akan menghasilkan rasa puas atau kecewa pelanggan. Kotler dan Keller (2016:36) | Kinerja | Pengetahuan akan layanan yang diberikan | Tingkat pengetahuan akan layanan yang diberikan <i>electronic banking</i> dapat diakses dengan baik | Ordinal | 35 | |
| | | Pemahaman akan layanan yang diberikan | Tingkat pemahaman akan layanan <i>electronic banking</i> dapat dipahami dengan mudah | Ordinal | 36 | |
| | | Penerapan Layanan Internet Banking | Tingkat penerapan Layanan <i>electronic banking</i> dapat dilakukan dengan baik | Ordinal | 37 | |
| | | Evaluasi layanan | Tingkat evaluasi dilakukan setelah melakukan transaksi dengan <i>electronic banking</i> | Ordinal | 38 | |

| Variabel & Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Kue |
|----------------------------|---------|--|--|---------|--------|
| | Harapan | Kebutuhan akan layanan Internet Banking yang mudah | Tingkat kebutuhan yang besar dan setiap saat dapat dilakukan dengan mudah pada layanan <i>electronic banking</i> | Ordinal | 39 |
| | | Penerapan jenis layanan sudah sesuai dengan yang dijanjikan | Tingkat semua penerapan jenis layanan pada <i>electronic banking</i> sudah sesuai dengan yang dijanjikan | Ordinal | 40 |
| | | Petunjuk Internet Banking Bank mudah dimengerti | Tingkat petunjuk yang dimiliki oleh layanan <i>electronic banking</i> dapat dimengerti dengan mudah | Ordinal | 41 |
| | | Pengalaman setelah melakukan transaksi pada Internet Banking | Tingkat pengalaman yang memuaskan setelah melakukan transaksi pada <i>electronic banking</i> | Ordinal | 42 |

3.3 Populasi dan Sampel

Berikut ini akan diuraikan mengenai populasi, sampel, dan teknik sampling yang digunakan, yaitu sebagai berikut :

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Nazir (2011) mengatakan bahwa, “Populasi adalah berkenaan dengan data, bukan orang atau bendanya.” Nawawi (2010) menyebutkan bahwa, “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap.

Beberapa pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa : Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian atau populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah tabungan tanda mata bank bjb tahun 2020 yang berjumlah 180.522 nasabah tabungan Tanda mata yang menggunakan aplikasi bjb DIGI.

3.3.2 Cara Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sample itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang harus benar-benar diambil *representatif* (mewakili). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah bank bjb.

Menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan dasar menurut Suharsimi Arikunto (2010:107) yang menyatakan bahwa : “ Apabila populasi kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua populasi untuk dijadikan sample sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika populasinya besar diatas 100 orang maka diambil 10-15 % atau 15-20% atau lebih dari itu”.

Penentuan ukuran sampel responden dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2013:78)

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

Dimana : n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Persen kelonggaran ketidakpastian dengan tingkat kesalahan 8%

Jumlah populasi yaitu sebanyak 180.522 nasabah, dengan tingkat kelonggaran sebesar 10% (0.1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan sebesar 90% (0.90) sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut sebesar:

$$n = \frac{180.522}{1 + (180.522) (0,10)^2}$$

$$n = \frac{180.522}{1 + 1,805.22}$$

$$n = \frac{180.522}{1,806.22}$$

$$n = 99$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat disebutkan bahwa jumlah sampel untuk penelitian ini adalah sebanyak 99 responden. Dalam penelitian ini, diambil 100 responden dengan pertimbangan untuk menghindari *sampling error* artinya semakin besar sampel yang diambil, semakin kecil *standar error*, juga jika sampel yang diambil semakin besar maka distribusi populasi semakin normal (Trihendradi, 2010: 27).

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *consecutive sampling*. Pada *consecutive sampling*, semua subjek yang datang dan memenuhi kriteria pemilihan dimasukkan dalam penelitian sampai jumlah subjek yang diperlukan terpenuhi. *Consecutive sampling* ini merupakan jenis *nonprobability sampling* yang paling baik, dan sering merupakan cara termudah.. Dengan menggunakan teknik tersebut, maka populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dilakukan penelitian yang memenuhi kriteria inklusi dijadikan sebagai sampel penelitian Sugiyono (2012:314).

Sample yang diambil menggunakan *consecutive sampling* dengan kriteria inklusi sebagai berikut: a). Berumur lebih dari 17 tahun, 2). Nasabah bank bjb Kantor Cabang Tamansari Bandung, 3). Sudah menjadi nasabah Tabungan Tanda mata lebih dari 2 tahun, 4) Menggunakan fasilitas *electronic banking* bank bjb, dan 5). Bersedia ikut serta dalam penelitian setelah mendapatkan penjelasan mengenai penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survey langsung kelapangan (perusahaan) yang menjadi objek penelitian. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data akurat. Adapun data diperoleh dengan cara penelitian meliputi :

- a. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk mengetahui tujuan dan pelaksanaan kualitas layanan internet banking, citra merek dan kepuasan nasabah dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan responden yaitu dari pihak perusahaan dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).
 - b. Observasi adalah cara pengambilan data dengan pengamatan tanpa ada alat standar lain untuk keperluan tersebut, yaitu mengadakan pengamatan langsung terhadap pelaksanaan kualitas layanan *electronic banking*, citra merek dan kepuasan nasabah.
 - c. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis tentang kualitas layanan *electronic banking*, citra merek dan kepuasan nasabah kepada responden untuk dijawabnya. Bentuk kuesionernya adalah kuesioner terstruktur, dimana pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberi jawaban kepada beberapa alternatif saja ataupun kepada satu jawaban saja (Sugiyono, 2012:96).
2. Data sekunder
- Data ini merupakan pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari :
- a. Sejarah atau literatur perusahaan
 - b. Buku-buku yang relevan, serta
 - c. Artikel atau tulisan ilmiah yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti.

3.5 Uji Instrumen

Alat ukur yang baik diperlukan untuk menghasilkan dengan tingkat informasi yang tepat sesuai dengan kaidah ilmiah. Alat ukur penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial maupun alam (variabel penelitian) yang diamati. Alat ukur penelitian yang akan digunakan harus dapat mengukur variabel penelitian. Alat ukur penelitian yang digunakan dalam penelitian berupa kuesioner yang dibuat secara terstruktur, yang di dalamnya terkandung beberapa item pernyataan berserta alternatif jawaban yang telah disediakan, jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Kuesioner terstruktur dibuat mengingat satuan pengukuran yang digunakan adalah skoring, yaitu pemberian nilai skor pada setiap alternatif jawaban yang disediakan dalam pernyataan penelitian.

Tingkat pengukuran yang digunakan adalah pada tingkat skala ordinal. Menurut Iskandar (2012: 128) yang dimaksud skala ordinal sebagai berikut:

Bahwa angka-angka dari kategori jawaban tidak hanya menggambarkan perbedaan, tetapi nilai yang satu lebih besar dari yang lain, dari nilai-nilai yang berhubungan tersebut. Jadi ada perbedaan tingkat nilai, tapi tidak menyatakan nilai absolut. Kategori jawaban bersifat tertutup tersendiri dari lima pilihan dengan menggunakan skala likert.

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013:24).

Validitas sebagai salah satu derajat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen mengenai isi pertanyaan. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *Product Moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika negatif maka item tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan. Cara mencari nilai korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum Y)^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

X = skor per item

Y = skor total untuk setiap item

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2013) dan jika koefisien korelasi *Product Moment* $> r_{tabel}$. Oleh karena itu, semua pertanyaan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013: 27). Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji

reliabilitas digunakan metode *split half* , hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between Forms*. Hasil penelitian reliabel terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Metode yang digunakan adalah Split Half, dimana instrument dibagi menjadi dua kelompok.

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

Keterangan :

r_{AB} = Korelasi *Pearson Product Moment*

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan genap

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

Apabila korelasi 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup tinggi, namun sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel. Kemudian koefisien korelasinya dimasukan kedalam rumus Spearman Brown :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

r_b = Korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua batas reliabilitas minimal 0,7.

Nilai reliabilitas (r_{hitung}) tersebut dibandingkan dengan yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

Bila $\geq r_{tabel}$: Instrument tersebut dikatakan reliabel

Bila $\leq r_{tabel}$: Instrument tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.6 Metode Analisis Data

Metode Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Pertama peneliti melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Alat yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. 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 instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Dimana alternatif jawaban dengan menggunakan skala *Likert*, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif sebagai berikut :

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Dengan Skala *Likert*

| Jawaban Pertanyaan | Bobot Nilai | |
|------------------------------|--------------|--------------|
| | Bila Positif | Bila Negatif |
| 1. SS (Sangat Setuju) | 5 | 1 |
| 2. S (Setuju) | 4 | 2 |
| 3. R (Ragu-ragu) | 3 | 3 |
| 4. TS (Tidak setuju) | 2 | 4 |
| 5. STS (Sangat tidak setuju) | 1 | 5 |

(Sugiyono, 2012:86)

Berdasarkan tabel 3.2 diatas dapat dilihat jawaban dan bobot skor untuk item-item instrument pada pertanyaan dalam kuesioner. Bobot skor ini hanya memudahkan saja bagi responden dalam menjawab pertanyaan dari kuesioner.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Tahap analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 5) frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode *mean*, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks

tersebut yang menunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden sebagai variabel penelitian.

Nilai Tertinggi = 1 Nilai Terendah = 5

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sumber : Husein Umar (2011:98)

Skor rata-rata yang diperoleh, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata – rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor.

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Baik

Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak Baik

Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang Baik

Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik

Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

Sumber :Husein Umar (2011:98)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Penelitian Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan perhitungan statistik. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan internet banking dan citra merek terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini, ada beberapa metode

statistik yang akan digunakan seperti Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi berikut adalah penjelasannya, sebagai berikut :

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *electronic banking* (X_1) dan citra merek (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (kepuasan nasabah)

α = bilangan konstanta

b_1b_2 = koefisien arah garis

X_1 = Variabel bebas (kualitas layanan *electronic banking*)

X_2 = Variabel bebas (citra merek)

e = Kesalahan (*Error*)

Untuk mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 , dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y = an + b_1\sum X_1 + b_2\sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a\sum X_1 + b_1\sum X_1^2 + b_2\sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a\sum X_2 + b_1\sum X_1 X_2 + b_2\sum X_2^2$$

Setelah a , b_1 dan b_2 didapat, maka akan diperoleh persamaan Y .

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan Y . dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$R = \frac{JK_{\text{regresi}}}{\sum Y^2}$$

Dimana:

R = Koefisien Korelasi Berganda

JK_{regresi} = Jumlah Kuadrat

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat Total Korelasi

Untuk mencari JK_{regresi} dihitung dengan menggunakan rumus:

$$JK_{\text{regresi}} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Dimana:

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk mencari $\sum Y^2$ menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ yaitu:

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan variabel Y .

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

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

Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel-variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2013:78) seperti tertera pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Taksiran Besarnya Koefisien 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 (2012:184)

3.6.2.3 Uji Hipotesis

Sugiyono (2013:64) mengemukakan bahwa : “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.”

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), penetapan nilai uji statistik dan tingkat signifikan serta kriteria.

Rumus hipotesis sebagai jawaban sementara yang akan di uji dan dibuktikan kebenarannya, adapun pengujian hipotesis parsial dan hipotesis simultan, sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis 1

1. $H_0 : b_1 = 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel kualitas layanan *electronic banking* (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara teori.
2. $H_a : b_1 \neq 0$ Artinya terdapat pengaruh variabel kualitas layanan *electronic banking* (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara teori.

Hipotesis 2

1. $H_0 : b_2 = 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel citra merek (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara teori.
2. $H_a : b_2 \neq 0$ Artinya terdapat pengaruh variabel citra merek (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara teori

Untuk menguji hipotesis parsial maka dapat di lakukan pengujian yang digunakan adalah uji t dengan rumus sebagai beriku;

$$T = \frac{t \sqrt{n-(k+1)}}{1-r^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

r = Nilai Korelasi parsial

k = Jumlah variabel indepeden

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

2. Uji Hipotesis Simultan

Hipotesis 3

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel kualitas layanan *electronic banking* (X_1) dan citra merek (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara teori.
2. $H_0 : b_1, b_2 \neq 0$ Artinya terdapat pengaruh variabel kualitas layanan *electronic banking* (X_1) dan citra merek (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara teori.

Pada uji simultan uji statistik yang digunakan adalah uji F untuk menghitung nilai F secara manual dapat menggunakan rumus F berikut ini:

$$F_{hitung} = \frac{(n - k - 1) r^2}{k (1 - r^2)}$$

Dimana :

r^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Nilai untuk uji F dilihat dari tabel distribusi F dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas ($k; n-k-1$), selanjutnya F_{hitung} bandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3.6.2.4 Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Analisis determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang

merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Menurut Sugiyono (2013:98), rumus untuk menghitung koefisien determinasi yaitu :

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

Dimana : $0 \leq r^2 \leq 1$

Keterangan :

K_d = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.7 Rancangan Kuisisioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas layanan internet banking, citra merek dan kepuasan nasabah sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Semua pernyataan kuesioner berjumlah 22 yang terdiri dari, kualitas layanan *electronic banking* yang berjumlah 10 pertanyaan, citra merek berjumlah 4 pertanyaan, kepuasan nasabah berjumlah 8 pertanyaan. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana jawabannya dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan internet banking dan citra merek terhadap kepuasan nasabah di Bank Bjb Kantor Cabang Tamansari Bandung Jln Tamansari No. 18 Kota Bandung. Waktu penelitian dimulai tanggal Desember 2021 sampai dengan selesai.