

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Tahapan awal dalam penelitian diawali dengan observasi topik penelitian yang dimulai pada bulan September 2022. Tahapan dilanjutkan dengan pengajuan proposal penelitian dengan seminar usulan proposal yang dilaksanakan pada bulan Januari 2023. Pada bulan Januari 2023, data penelitian dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner. Data yang telah dikumpulkan akan diolah lalu dianalisis untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan penelitian. Subjek penelitian ini ditujukan kepada pengguna BSI Mobile yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta.

3.2. Desain Penelitian

Analisis yang dilakukan menggunakan jenis kuantitatif. Melalui sumber data yang telah dikumpulkan, analisis data dilakukan untuk memverifikasi pengaruh dari hipotesis-hipotesis yang telah disusun. Sumber data utama peneliti adalah kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan diberikan secara acak kepada responden yang memenuhi kriteria. Hasil dari kuesioner ini merupakan data penelitian yang nantinya akan diolah lebih lanjut oleh peneliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat (*Dependent*) yang ditandai dengan variabel Y dan kepuasan pelanggan yang ditandai variabel Z. Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiyono, 2019). Variabel bebas (*Independent*) yang diuji dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Penentuan populasi dilakukan pada tahap awal saat sebelum mengolah data. Penentuan populasi ditentukan berdasarkan latar belakang yang telah disusun oleh peneliti. Dengan kata lain populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang akan diambil oleh peneliti adalah pengguna BSI Mobile yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta.

3.3.2. Sampel

Teknik sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik penentuan secara acak atau *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Pemilihan teknik sampling dengan menggunakan metode *purposive sampling* sampel yang berada pada populasi belum pasti memenuhi kriteria sampel yang dibutuhkan oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengguna BSI Mobile berdomisili di wilayah DKI Jakarta
2. Pengguna BSI Mobile selama periode minimal 1 tahun
3. Pengguna BSI Mobile yang berusia minimal 20 tahun

Kriteria tersebut ditentukan oleh beberapa faktor seperti pengguna *mobile banking* terbanyak di Indonesia berada di DKI Jakarta, penggunaan BSI Mobile selama satu tahun dianggap memiliki pengetahuan yang lebih dalam terhadap layanan tersebut, dan pengguna BSI Mobile pada usia 20 tahun ke atas dianggap sudah mandiri terhadap penggunaan teknologi seperti *mobile banking*.

Dalam penelitian ini sampel akan diukur menggunakan rumus Hair et al. (2010) dalam Permatasari et al. (2021). Penggunaan rumus tersebut dikarenakan populasi yang tidak diketahui. Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel yang digunakan sebagai responden harus sesuai dengan banyaknya indikator yang digunakan.

Ukuran sampel yang sesuai berkisar 100-200 responden dengan asumsi $n \times 5$ *observed variabel* (indikator) sampai dengan $n \times 10$ *observed variabel* (indikator). Mengacu pada rumus Hair et al. tersebut, maka perhitungan sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \text{Jumlah Indikator} \times 10 \quad (1)$$

$$n = 25 \times$$

$$n = 250$$

Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwasannya dalam populasi yang tidak diketahui tersebut akan diambil sampel berjumlah 250 responden sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3.4. Pengembangan Instrumen

Penelitian ini memiliki lima variabel, yakni kualitas layanan, harga, kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Kelima variabel yang ada kemudian dijabarkan dalam beberapa indikator berdasarkan penelitian sebelumnya. Penyusunan instrument dari variabel-variabel yang telah ditetapkan dijelaskan sebagai berikut:

3.4.1. Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan tiga faktor yaitu kualitas layanan, harga, dan kualitas produk. Kualitas layanan adalah indikator dari layanan atau jasa yang disediakan BSI Mobile yang dapat menentukan loyalitas pelanggan berdasarkan kualitas yang dimilikinya. Harga adalah indikator yang dapat menentukan loyalitas pelanggan ketika menggunakan BSI Mobile dan mendapat harga khusus atau potongan harga (diskon). Kualitas produk adalah indikator yang dapat menentukan loyalitas pelanggan berdasarkan fitur, kinerja, keandalan, kesesuaian, daya tahan, penampilan, dan lain-lain yang terdapat pada

BSI Mobile. Pengukuran faktor-faktor tersebut menggunakan 5 poin skala *likert*.

3.4.2. Definisi Konseptual

BSI Mobile merupakan layanan *mobile banking* yang disediakan oleh PT Bank Syariah Indonesia. BSI Mobile menghadirkan layanan perbankan daring yang memudahkan pelanggan untuk melakukan kegiatan transaksi keuangan. Pada penelitian ini, BSI Mobile dianalisis melalui faktor-faktor yang dimilikinya seperti kualitas layanan, harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.

Pengembangan instrumen variabel diadaptasi dari penelitian-penelitian terdahulu. Instrumen berisi indikator-indikator pernyataan pada setiap variabel. Pernyataan-pernyataan itu yang akan diajukan kepada sampel yang dituju untuk mendapatkan informasi. Sedangkan, pengambilan sampel diukur menggunakan 5 poin skala *likert*, yaitu 1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju, 5= sangat setuju.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Unsur Variabel	Sumber	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
Kualitas Layanan (X1)	Shankar et al. (2019:233)	<i>M-banking applications should be visually appealing</i>	Aplikasi BSI Mobile menarik secara visual
		<i>When m-banking applications promise to do something by a certain time, they should do so.</i>	Aplikasi BSI Mobile menepati janji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu
		<i>M-banking applications should keep their records accurately</i>	Aplikasi BSI Mobile menyimpan dokumen tentang permintaan Saya secara akurat
		<i>I should be able to feel safe in my transactions with m-banking applications</i>	Saya merasa aman bertransaksi dengan aplikasi BSI Mobile

		<i>Users should not expect m-banking applications to pay individual attention to them</i>	Saya berharap pada tim dukungan pelanggan aplikasi BSI Mobile untuk memberikan perhatian individu kepada saya
Harga (X2)	Santoso dan Bernarto (2022:74)	Harga yang ditetapkan oleh Klinik Gigi CDC lebih terjangkau dibandingkan klinik gigi lain	Harga produk yang ditetapkan oleh <i>mobile banking</i> lebih terjangkau dibandingkan pesaing
	Ulfi (2021:41-42)	Pembayaran COD atau bayar ditempat memudahkan saya dalam melakukan pembayaran	Pembayaran produk secara elektronik memudahkan saya dalam melakukan pembayaran
	Kristiawan et al. (2018:35)	Memicu konsumen membeli dalam jumlah banyak	Potongan harga ketika membeli produk di <i>mobile banking</i> memicu pelanggan membeli dalam jumlah banyak
Kualitas Produk (X3)	Mansori dan Hoe (2018:29-30)	<i>Product performance always meets our requirements</i>	Kinerja <i>mobile banking</i> selalu memenuhi persyaratan pelanggan
		<i>Current supplier's product features are desirable & useful</i>	Fitur <i>mobile banking</i> saat ini diinginkan & berguna
		<i>Current supplier's product is always reliable</i>	Produk <i>mobile banking</i> saat ini selalu dapat diandalkan
	Faizah (2022:49-51)	Saya merasa produk di shopee sesuai dengan harapan konsumen	Saya merasa produk di <i>mobile banking</i> sesuai dengan harapan
	Guru dan Paulssen (2020:655)	<i>The time span for which my product runs/will run without any major defects is</i>	Rentang waktu di mana <i>mobile banking</i> saya bisa dioperasikan tanpa kendala
Mansori dan Hoe	<i>Current supplier's product has high level of serviceability</i>	Produk <i>mobile banking</i> saat ini memiliki tingkat kemudahan servis yang tinggi	

	(2018:29-30)	<i>Current supplier's product is aesthetic</i>	Produk <i>mobile banking</i> saat ini adalah indah
		<i>Current supplier's product quality can meet our standards</i>	Kualitas produk <i>mobile banking</i> saat ini dapat memenuhi standar pelanggan
Loyalitas Pelanggan (Y)	Akroush dan Mahadin (2019:15)	<i>I deal exclusively with my current internet provider</i>	Saya berurusan secara eksklusif dengan <i>mobile banking</i> saya saat ini
	Barra et al. (2017:7)	<i>I am planning to keep donating to this charity in the long-term.</i>	Saya berencana untuk terus bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> dalam jangka panjang.
	Kakar et al. (2018:64-65)	<i>Bank is a bank that I have full trust in</i>	<i>Mobile banking</i> adalah layanan yang saya percayai dengan penuh
	Severt et al. (2020:14)	Saya berniat untuk melanjutkan makan di restoran ini.	Saya berniat untuk melanjutkan bertransaksi pada <i>mobile banking</i> .
Kepuasan Pelanggan (Z)	Chindyana (2020:55-57)	Saya merasa puas dengan harga yang diberikan di daya Tarik wisata	Saya merasa puas dengan harga produk yang diberikan di <i>mobile banking</i>
	Arisandi et al. (2021:96)	Produk yang dibeli secara online sesuai dengan harapan saya	Produk yang dibeli secara online di <i>mobile banking</i> sesuai dengan harapan saya
	Handayani (2021:51)	Kemudahan dalam belanja online di MoodCoop store membuat pelanggan merasa puas	Kemudahan dalam belanja online di <i>mobile banking</i> membuat saya merasa puas
	Lee dan Cheng (2018:39)	<i>The green hotel staff is able to provide prompt and quick services</i>	Perusahaan <i>mobile banking</i> mampu memberikan layanan yang tepat dan cepat
	Suhud et al. (2019:9)	<i>The food sold uses safe materials</i>	Produk yang dijual <i>mobile banking</i> menggunakan material yang aman

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang akan digunakan adalah data kuantitatif, dikarenakan data dari penelitian akan dianalisis menggunakan statistik dan hasil dari penelitian tersebut berbentuk bilangan (Syahza, 2021).

3.5.2. Sumber Data

Dalam memperoleh data untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari wilayah yang nantinya akan diteliti. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber primer dimana peneliti secara langsung melakukan observasi atas penyaksian kejadian-kejadian yang ada (Syahza, 2021). Peneliti akan melakukan pengumpulan dengan melakukan penyebaran kuesioner yang nantinya akan diisi oleh responden yang telah ditentukan dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 250 responden. Untuk memperoleh data tersebut penyebaran kuesioner akan disebar berdasarkan beberapa wilayah di DKI Jakarta, yaitu Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Pusat, Jakarta Selatan dan Jakarta Utara.

3.5.3. Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan data, peneliti akan menggunakan kuesioner dan wawancara, dimana kuesioner tersebut akan dibagikan kepada responden untuk diisi oleh pengguna BSI Mobile yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Oleh karena itu untuk memperoleh data secara valid dan benar, kuesioner yang akan dibagikan kepada responden akan menggunakan variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan (X1), harga (X2), kualitas produk (X3), loyalitas pelanggan (Y), dan kepuasan pelanggan (Z).

Variabel-variabel tersebut akan diukur dengan menggunakan skala *likert* dengan rentang satu hingga lima.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam riset ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang nantinya akan dijelaskan melalui analisis data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang akan disebar di wilayah DKI Jakarta. Riset ini akan menggunakan alat bantu dalam memperoleh data yang dibutuhkan dengan menggunakan alat analisis data yaitu IBM SPSS 26 untuk uji validitas dan reliabilitas. Indikator yang sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya akan dilanjutkan dengan menggunakan *software* AMOS 24 untuk uji kelayakan model dan uji hipotesis.

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Pemanfaatan Analisis Statistik Deskriptif bertujuan untuk menyajikan representasi yang terorganisir, akurat, dan jujur tentang atribut-atribut dan rincian dari suatu populasi atau wilayah tertentu. Peneliti menggunakan skala *likert* dengan rentang satu hingga lima karena dapat mengukur kepribadian dan sikap menurut Rensis Likert (1932) dalam Veronica et al. (2022). Menurut Morissan (2017) Pada skala *likert*, setiap pilihan jawaban memiliki bobot yang berbeda dan seluruh jawaban dari responden dijumlahkan berdasarkan bobot tersebut sehingga menghasilkan suatu skor tunggal terkait topik tertentu. Untuk mempertahankan konsistensi pengukuran sikap, bobot jawaban harus disusun terbalik untuk pernyataan yang bersifat negatif (Tabel 3.3).

Tabel 3. 2 Skala Likert Pernyataan Positif

Pernyataan	Pengertian	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4

Pernyataan	Pengertian	Skor
SS	Sangat Setuju	5

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

Tabel 3. 3 Skala Likert Pernyataan Negatif

Pernyataan	Pengertian	Skor
SS	Sangat Setuju	1
S	Setuju	2
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	4
STS	Sangat Tidak Setuju	5

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

Apabila mengacu pada kedua tabel di atas setelah mendapatkan hasil kuesioner, maka diperlukan uji statistik deskriptif sehingga dapat diketahui perhitungan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti, tingkat pengaruh dari masing masing variabel, dan nilai rata-rata dari masing masing variabel yang diteliti. Setelah diketahui nilai rata-rata dari tiap variabel tersebut, maka hasil tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel dan dilakukan interpretasi. Dalam menginterpretasikan hasil uji analisis statistik deskriptif, maka diperlukan metode Tingkat Capaian Responden (TCR). Dalam menghitung TCR tersebut akan menggunakan rumus sebagai berikut:

Rumus:

$$TCR = (Rs \div n) \times 100$$

(2)

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Responden

Rs = Rata-Rata Skor Jawaban Responden

N = Nilai Skor Jawaban

Indeks penilaian yang digunakan untuk menginterpretasikan hasil nilai TCR pada penelitian ini yaitu:

Tabel 3. 4 Indeks Nilai TCR

Skor	Kategori
0% – 20%	Tidak Baik
21% – 40%	Cukup Baik
41% – 60%	Sedang
61% – 80%	Baik
81% – 100%	Sangat Baik

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 3.4 akan digunakan ketentuan indeks nilai TCR tersebut dengan ketentuan apabila nilai TCR antara 0% - 20% termasuk kategori “Tidak Baik”, 21% - 40% termasuk kategori “Cukup Baik”, 41% - 60% termasuk kategori “Sedang”, 61% - 80% termasuk kategori “Baik”, dan 81% - 100% termasuk kategori “Sangat Baik”.

3.6.2. Uji Instrumen

3.6.2.1. Uji Validitas

Validitas atau keabsahan merujuk kepada sejauh mana alat pengukur itu dapat mengukur objek yang akan diukur (Syahza, 2021). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan software AMOS 24 terhadap indikator-indikator yang telah diisi oleh responden pada sebuah kuesioner. Uji validitas dengan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk membangun model struktur yang terdiri dari beberapa variabel dapat dilihat melalui nilai *factor loading* dengan menggunakan *software* SPSS 26. Nilai *factor loading* yang harus dipenuhi agar dapat dikatakan valid adalah sebesar 0,35 jika sampel yang digunakan sebanyak 250 (Hair et al., 2019).

3.6.2.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan pengujian yang mengukur sejauh mana suatu objek menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dalam riset ini mengadopsi metode alfa. Kemudian, menjumlahkan skor tiap item di setiap kelompok untuk mendapatkan skor total dari kedua kelompok. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan Cronbach's Alpha dengan taraf signifikan sebesar 0,5 (Darma, 2021).

3.6.2.3. Uji Kelayakan Model

Dalam menguji kelayakan model, penelitian ini menggunakan SEM dengan perangkat lunak AMOS 24. Terdapat tiga bagian yang dapat menentukan kesesuaian model SEM (Yaşlıoğlu & Yaşlıoğlu, 2020):

1. *Absolute Fit Indices*

Berfungsi untuk mengukur kecocokan model fit secara keseluruhan, baik model structural maupun pengukuran. Adapun kriteria pengukuran pada *Absolute Fit Indices*, yaitu:

a. *Chi-square*

Statistik *chi-square* merupakan metode utama untuk mengevaluasi kesesuaian secara keseluruhan. Model yang menghasilkan nilai *chi-square* yang signifikan secara statistik ($p < 0,05$) dapat dianggap memuaskan, menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut "independen" satu sama lain.

b. GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI membandingkan dengan membagi kuadrat tertimbang penjumlahan variansi pengukuran dan pendugaan, dimana pembobotan bergantung pada metode pendugaan. Nilai "GFI" yang lebih besar

dari 0,95 dapat diterima sebagai kecocokan yang baik, sebaiknya lebih besar dalam ukuran sampel yang kecil dan parameter yang lebih sedikit.

c. CMIN/DF

CMIN/DF dihasilkan dari statistic *chi-square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model. Nilai CMIN/DF yang diharapkan adalah $\leq 2,00$ yang menunjukkan model fit. Untuk memutuskan apakah CMIN/DF cukup baik, kita juga harus membandingkan nilai CMIN/DF model terburuk (model independen). Nilai-nilai ini harus berbeda secara signifikan satu sama lain karena jika model terburuk cukup fit, ini membutuhkan model pengukuran yang jauh lebih fit..

d. CFI (*Comparative Fit Index*)

Tujuan dari indeks tersebut adalah untuk mengevaluasi model yang sedang diuji dibandingkan dengan model dasar. Secara umum, sebuah model dianggap dapat diterima jika nilainya di atas 0,90 hingga 0,95, bergantung pada skala variabel yang digunakan. Variabel di bawah 10-12 memerlukan 0,95 agar cocok, variabel di atas 12 mungkin memerlukan 0,90 sebagai titik potong. Semakin tinggi maka akan semakin baik.

e. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

Indikator ini dapat digunakan untuk mengevaluasi keahlian statistik *chi-square* dalam populasi yang luas. Nilai yang dapat diterima adalah di bawah

0,05 hingga 0,08. Jika modelnya sempit dan ukuran sampelnya besar, maka nilainya di bawah 0,05 atau lebih dekat; jika tidak, 0,08 atau lebih rendah..

2. *Incremental Fit Indices*

Indeks kesesuaian ini juga disebut indeks relatif atau komparatif karena indeks atau ukuran ini didasarkan pada gagasan bahwa keadaan mungkin lebih buruk. Adapun kriteria pengukuran pada *Incremental Fit Indices*, yaitu:

a. AGFI (Adjusted Goodness-of-Fit-Index)

Kriteria AGFI merupakan penyesuaian dari GFI berdasarkan *degree of freedom*. Model yang memiliki skor $AGFI \geq 0,90$ direkomendasikan untuk disetujui.

b. TLI (*Truck Lewis Index*)

Indeks tersebut digunakan untuk membandingkan model yang diuji dengan model referensinya. Standar yang disarankan untuk menerima sebuah model adalah di atas 0,90 hingga 0,95, tergantung pada besaran variabelnya. Variabel di bawah 10-12 memerlukan 0,95 agar cocok, variabel di atas 12 mungkin memerlukan 0,90 sebagai titik potong. Semakin tinggi maka akan semakin baik.

3. *Parsimony Fit Indices*

Tujuannya adalah untuk mengevaluasi model yang rumit dibandingkan dengan yang lebih sederhana dan untuk melakukan penyesuaian terhadap pengukuran kecocokan. Secara umum, nilai di atas 0,80 menunjukkan kecocokan yang memadai.

3.6.2.4. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan SEM (Model Persamaan Struktural) dengan bantuan perangkat lunak AMOS 24 untuk mengevaluasi dampak variabel independen dan dependen secara terpisah. Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dapat ditentukan berdasarkan nilai P pada estimasi dengan kriteria tertentu:

$P < 0,05 = H_0$ ditolak dan H_a diterima

$P > 0,05 = H_0$ diterima dan H ditolak

Selain itu, pengujian signifikan juga dapat dilakukan menggunakan skor Critical Ratio (C.R.) dengan batas minimum 1,96 (Hair et al., 2019). Jika skor C.R. melebihi 1,96, dapat disimpulkan bahwa hipotesis memiliki dampak signifikan. Namun, jika skor C.R. lebih rendah dari 1,96, nilai p akan melebihi 0,05, yang menandakan bahwa hipotesis ditolak.

Uji t statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, kriteria yang digunakan adalah:

nilai $t_{hitung} > t_{tabel} =$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

nilai $t_{hitung} < t_{tabel} =$ tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y