

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan melalui aplikasi google formulir dengan penyebaran kuesioner ke berbagai sosial media untuk menjangkau nasabah pengguna *Living By Mandiri* di seluruh wilayah Indonesia. Penelitian dilakukan selama 7 bulan, dimulai dari pencarian dan pengumpulan informasi pada bulan Januari sampai Februari kemudian menyebarkan dan mengumpulkan hasil kuesioner pada bulan Juni- November yang dilanjutkan dengan tahap pengolahan data untuk dikemukakan ke dalam karya skripsi.

3.2 Desain penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Penelitian ini akan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti dan mengevaluasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Putri, 2024). Sebagaimana yang disampaikan oleh Rengganis (2023), bahwa metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui atau menguji hipotesis mengenai beberapa variabel dengan variabel lainnya yaitu variabel independen dan variabel dependen. Sugiyono dalam Rengganis (2023) menyebutkan metode penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positif. Metode kuantitatif digunakan untuk mendesain penelitian yang merupakan metode induktif, objektif, dan ilmiah di mana data yang terkumpul berupa angka (skor) atau pernyataan yang dicatat dan dianalisis dengan

menggunakan analisis statistik (Agustina, 2023). Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Variabel-variabel yang diteliti didasarkan pada instrumen penelitian, dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan prosedur statistic.

3. 3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah mandiri pengguna livin by mandiri di seluruh wilayah indonesia.

2. Sampel

(Ferdinand, 2006) mengatakan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Sample mewakili secara keseluruhan karakteristik populasi yang sedang diteliti, sampel digunakan untuk memberikan representasi kecil dari karakteristik populasi yang lebih besar. Teknik sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik Quota Sampling yaitu teknik

untuk menentukan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan terpenuhi.

Dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu formula statistik yang dimana dalam penggunaannya digunakan untuk menentukan sampel dari populasi yang besar dengan *margin of error* yang diinginkan. rumus ini biasanya digunakan apabila ingin melakukan survei atau penelitian namun tidak bisa mencakup seluruh populasi, jumlahnya tidak diketahui maupun jumlahnya tidak dapat diperkirakan, sehingga dalam menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus ini. Adapun penggunaannya sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan (pengambilan sampel yang masih dapat di toleril atau yang diinginkan, dalam penelitian ini sebesar 5%).

Berdasarkan pada rumus diatas maka dapat dilakukan perhitungan dimana jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{25.400.000}{1 + (25.400.000) \cdot (0,05)^2}$$

$$n = \frac{25.400.000}{1 + 63.500}$$

$$n = \frac{25.400.000}{63.501}$$

$n = 399,993$ dapat dibulatkan menjadi 400 orang

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 400 orang. Jumlah responden tersebut dianggap sudah representatif untuk memperoleh data penulisan yang mencerminkan keadaan populasi.

3.4 Pengembangan instrumen

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitian adalah:

1. Variabel bebas (X)

a. *E-service quality* (X_1)

E-service quality (E-ServQual) adalah model servqual yang paling komprehensif dan integratif sebagai penilaian secara global penyampaian kualitas jasa melalui website dan meningkatkan kualitas jasa elektronik pada suatu Perusahaan. E-Service Quality adalah pendekatan yang diadopsi oleh perusahaan untuk menyediakan layanan yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen, dengan tujuan memberikan layanan yang optimal. Peningkatan e-servqual yang dilakukan oleh bank salah satunya adalah terciptanya m-banking hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah sehingga dapat menjaga loyalitas nasabah. Dimensi E-service Quality yang digunakan yaitu Efficiency, Fulfillment, Privacy dan System Availability.

b. Kepuasan nasabah (X_2)

Kepuasan serta ketidakpuasan nasabah merupakan hasil

evaluasi nasabah kepada apa yang diharapkannya Bila realitas kurang dari yang diharapkan, maka nasabah akan merasa tidak puas sedangkan jika realitas sesuai ekspektasi maka nasabah akan merasa puas dan jika realitas melebihi ekspektasi maka nasabah akan merasa sangat puas sehingga dapat disimpulkan kepuasan nasabah merupakan keadaan dimana seorang nasabah merasa puas atas produk/jasa bank, karena kinerja yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan dan jika nasabah merasa puas maka nasabah akan menjadi loyal kepada perusahaan. Sehingga dengan memberikan kepuasan bagi nasabah adalah salah satu cara meningkatkan loyalitas nasabah. Dimensi kepuasan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

c. Variabel terikat (Y)

Loyalitas Nasabah bisa dikatakan ialah kesetiaan nasabah. Loyalitas nasabah adalah rasa setia nasabah kepada perusahaan atau keterikatan nasabah pada sebuah bank. Loyalitas nasabah adalah kondisi/ perilaku yang ditunjukkan nasabah bahwa mereka loyal pada penyedia layanan tertentu, sehingga nasabah berkomitmen untuk memakai/menggunakan suatu produk/layanan secara berulang dan tidak terpengaruh dengan produk atau layanan pesaing tak hanya itu nasabah yang loyal biasanya akan merekomendasikan layanan/produk yang digunakannya kepada lingkungan sekitarnya. Mempunyai

nasabah yang loyal sangat menguntungkan bagi perusahaan, mengingat tingkat persaingan yang tinggi. Dimensi loyalitas yang digunakan yaitu *Purchases across product and service line, Makes regular repeat purchases, Refers others dan Demonstrates immunity to the pull of the competition.*

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
E-Service Quality (X1)	Efisiensi	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan pelanggan mencari informasi terkait produk 	(Darmawan et al., 2020)
		<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan penggunaan fitur dalam aplikasi. 	
	Reliabilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Se jauh mana aplikasi tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Stabilitas sistem (minim gangguan teknis atau downtime). 	
Fulfillment	Privasi	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi mampu memenuhi kebutuhan pelanggan / aplikasi mampu berlaku jujur atas setiap layanan yang disediakan 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Keberhasilan transaksi sesuai dengan waktu yang dijanjikan 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi mampu memberikan keamanan dan melindungi data informasi pengguna 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Transparansi dalam kebijakan penggunaan data pribadi 	

	Kesesuaian Harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan • Kecepatan dan ketepatan pelayanan memenuhi harapan pelanggan 	
Kepuasan Nasabah (X2)	Minat Berkunjung Kembali	<ul style="list-style-type: none"> • kesedian pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian kembali terhadap produk atau penggunaan layanan jasa • Tingkat kenyamanan dan kemudahan akses memotivasi pelanggan untuk kembali 	Hawkins dan Lonney dikutip dalam (Tjiptono, 2015)
	Kesediaan Merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> • Merekomendasikan kepada orang lain terkait produk atau layanan yang ditawarkan karena dirasa memuaskan • Tingkat kepercayaan terhadap layanan yang cukup tinggi untuk disarankan kepada orang lain 	
	Pembelian Berulang	<ul style="list-style-type: none"> • Nasabah terus menggunakan dan setia dalam menggunakan aplikasi 	
Loyalitas Nasabah (Y)	Penolakan terhadap produk lain	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan tidak beralih ke produk atau layanan sejenis dari kompetitor • Nasabah merasa nyaman dan tidak menggunakan aplikasi lainnya • Pelanggan lebih memilih produk/layanan yang digunakan 	(Semuel, 2012)

	dibandingkan kompetitor
Kesediaan Merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> Menyarankan kepada teman untuk menggunakan layanan aplikasi Pelanggan merekomendasikan produk sebagai solusi yang paling efektif di kategorinya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017), pengumpulan data dalam penelitian dapat dilakukan dengan beberapa setting, sumber serta cara. Dalam penelitian ini, peneliti memerlukan beberapa data pendukung baik secara internal maupun eksternal. cara pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

1. Data primer

Data primer yaitu data yang akan digunakan untuk tujuan tertentu yang bersumber dari data asli (Kuncoro, 2013). singkatnya data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mencari data primernya bersumber dari informasi yang dikumpulkan dari jawaban responden melalui pembagian angket atau kuesioner yang disebar kepada masyarakat di seluruh indonesia yang menggunakan *Livein by mandiri*.

Pada pengambilan data dan juga pengumpulan data informasi yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan sebuah teknik pengumpulan data dimana sebagai berikut :

2. Kuisisioner

Penelitian ini menggunakan kuisisioner dalam pengumpulan data yang dimana disebarakan kepada para responden, dimana responden sendiri merupakan pengguna *live in by* mandiri. Pengumpulan data nantinya akan menggunakan *google form* untuk memperoleh data yang lebih bervariasi dan juga dapat menjangkau lebih luas data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Studi literatur

Penggunaan studi literatur dalam penelitian ini digunakan untuk memperkuat olah data yang dilakukan dalam penelitian. Hal ini dilakukan untuk memastikan data hasil yang didapatkan memiliki kebenaran dan juga memiliki acuan yang kuat sehingga nantinya akan menghasilkan sebuah penelitian yang berkualitas. Adapun sumber dalam studi literatur dapat berasal dari dokumen-dokumen perusahaan yang sesuai dengan tema penelitian, jurnal, buku, dan juga penelitian terdahulu yang sesuai dengan tema penelitian.

Pada penelitian ini, digunakan skala likert sebagai alat pengukuran dalam menyusun kuesioner. Siregar (2019) menyebutkan skala likert merupakan metode pengukuran yang dapat digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu objek atau fenomena tertentu. Teknik yang digunakan untuk mengevaluasi sikap dengan menyatakan tingkat persetujuan atau ketidak setujuan terhadap subjek dan objek tertentu. Berdasarkan rekomendasi dari Purba et al., (2021), nilai-nilai

skala likert yang diterapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

Kategori	Bobot Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2019)

3. 6 Teknik Analisis Data

Pendekatan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Squares (PLS) yang didasarkan pada Smart PLS versi 3. PLS pada dasarnya merupakan pendekatan struktural Equation Modeling (SEM) yang lebih komprehensif dibandingkan metode-metode sebelumnya. SEM memberikan tingkat analisis yang lebih dalam dalam penelitian dengan menggabungkan teori dan data, serta dapat menelusuri jalur melalui variabel laten, oleh karena itu SEM biasa digunakan dalam penelitian ilmu sosial. Penggunaan analisis data terhadap data yang diperoleh menggunakan metode kuantitatif.

Tujuan dalam pengukuran SmartPLS merupakan untuk mengetahui hubungan antara variabel laten dan berbagai macam indikator yang ada. Metode SEM-PLS dibagi menjadi dua model yaitu model pengukuran (Outer Model) dan model struktural (Inner Model).

3.6.1 Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran (Outer Model) digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas. Validitas memastikan bahwa instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur, sementara reliabilitas menilai konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu.

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya dapat mengungkapkan informasi yang diinginkan. Dengan kata lain, validitas menguji apakah pertanyaan dalam kuesioner tersebut secara tepat mengukur tujuan yang dimaksud (Ghozali dan Latan, 2015). Model pengukuran ini dibagi menjadi dua kriteria yang digunakan untuk menguji validitas, yaitu Convergent validity dan Discriminant Validity.

Convergent validity adalah konsep dalam penelitian yang mengukur validitas setiap indikator. Nilai ini diukur melalui loading factor pada variabel endogen dan eksogen. Dalam model penelitian yang sering diteliti, indikator dianggap valid jika nilai convergent validity lebih dari 0,7. Namun, pada model penelitian yang baru dikembangkan atau penelitian awal, nilai loading factor yang dapat diterima adalah 0,5. (Musyaffi et al., 2022).

Discriminant validity adalah nilai cross loading factor yang digunakan untuk mengidentifikasi diskriminasi antara konstruk dalam suatu penelitian. Sebuah indikator dianggap valid secara diskriminan jika nilai loading tertinggi muncul pada variabel laten yang dituju dibandingkan dengan variabel laten lainnya dalam model penelitian. Untuk memastikan seberapa besar varians yang dapat dijelaskan oleh

indikator pada variabel laten yang dibentuknya, penting untuk melihat nilai Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa semua indikator yang membentuk variabel laten lebih efektif dalam menjelaskan variabel laten tersebut dibandingkan dengan error (Musyaffi et al., 2022).

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan tingkat keandalan data yang didapat selama penelitian. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi seberapa konsisten responden menjawab setiap pertanyaan dari waktu ke waktu. Kuesioner yang reliabel dapat diandalkan untuk memberikan informasi yang konsisten, akurat, dan dapat dipercaya. Ada dua standar yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Standar minimum yang biasanya digunakan untuk nilai

Cronbach's Alpha adalah 0,6, sedangkan untuk Composite Reliability adalah 0,7. Jika variabel laten memenuhi standar ini, maka dianggap memiliki tingkat keandalan yang baik, sehingga data yang dihasilkan dapat dianggap konsisten dan dapat dipercaya.

3.6.2 Model struktural (inner model)

Model pengujian struktural dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel eksogen (independen) dengan variabel endogen (dependen) dalam suatu penelitian. Hubungan ini membantu menguji kebenaran dari setiap hipotesis yang telah dirumuskan

sebelumnya (Musyaffi et al., 2022). Ada beberapa cara pengukuran model struktural dapat dilakukan, yaitu:

1. Koefisien determinasi (R Square)

Koefisien Determinasi (R Square) adalah koefisien determinasi yang mengindikasikan seberapa besar variasi variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Penilaian kriteria R Square ini terbagi menjadi tiga yaitu, nilai 0,67 menunjukkan hubungan yang kuat, nilai 0,33 menunjukkan hubungan yang moderat, dan nilai 0,19 menunjukkan hubungan yang lemah.

2. *Effect size* (F square)

Digunakan untuk prosedur perubahan dalam R Square untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Semakin tinggi nilai yang ditunjukkan maka semakin signifikan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai R square dibagi menjadi tiga kriteria yaitu, nilai 0,02 termasuk nilai kecil, nilai 0,15 nilai menengah, dan nilai terbesar 0,35 dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R2include - R2exclude$$

$$f2 = \frac{R2include - R2exclude}{1 - R2include}$$

3. Uji hipotesis

Pengujian hipotesis memerlukan analisis persamaan model struktural yang ekstensif menggunakan SmartPLS. Pengujian

hipotesis memerlukan analisis persamaan model struktural yang ekstensif menggunakan SmartPLS. Tentu saja, model persamaan struktural dapat membantu memvalidasi teori yang menjelaskan ada atau tidaknya hubungan variabel laten. Dalam setiap penelitian hipotesis didasarkan pada teori sebelumnya dan diuji menggunakan algoritma perhitungan yang spesifik. Uji hipotesis menggunakan teknik resampling dengan bootstrapping. Statistik yang digunakan adalah uji t, dengan memeriksa nilai p-value yang kurang dari 0,05 atau tingkat signifikansi 5%, menunjukkan hasil yang signifikan. Kevalidan indikator diukur oleh signifikansi hasil outer model, sementara signifikansi inner model menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antar variabel.

Hipotesis statistik Outer Model:

$$H_0 : \lambda_i = 0$$

$$H_1 : \lambda_i \neq 0$$

Hipotesis statistik Inner Model:

$$H_0 : \gamma_i = 0$$

Nilai $p < 0,05$ berarti hipotesis diterima atau terbukti. Pada keadaan lain, jika p-value kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.