

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini secara operasional adalah:

- 1) Untuk mengetahui deskripsi kualitas pelayanan, atribut produk dan kepuasan nasabah pemegang rekening tabungan pada BRI Kantor Unit Pulogebang dan BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender.
- 2) Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pemegang rekening tabungan di BRI Kantor Unit Pulogebang dan BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender.
- 3) Untuk menguji pengaruh atribut produk terhadap kepuasan nasabah pemegang rekening tabungan di BRI Kantor Unit Pulogebang dan BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender.
- 4) Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan atribut produk secara simultan terhadap kepuasan nasabah pemegang rekening tabungan di BRI Kantor Unit Pulogebang dan BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender.
- 5) Untuk membandingkan pengaruh kualitas pelayanan dan atribut produk secara simultan terhadap kepuasan nasabah pemegang rekening tabungan di BRI Kantor Unit Pulogebang dan BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender.

3.2 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Unit

Pulogebang dan Bank Nasional Indonesia (BNI) Kantor Cabang Unit Pasar Klender. Objek penelitian difokuskan pada nasabah Bank BRI Kantor Unit Pulogebang dan Bank BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender yang tercatat telah 5 (lima) tahun memiliki rekening Britama sekaligus sebagai nasabah atau pernah menjadi nasabah BNI Taplus selama 5 (lima) tahun. Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan atribut produk terhadap kepuasan nasabah.

3.2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Kantor Unit Pulogebang yang beralamat di Jalan Raya Pulogebang Ruko Gang Pos No. 43D Pulogebang Jakarta Timur dan Bank BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender dengan alamat Jalan Teratai Putih Raya Blok 28 No. 44A Perumnas Klender Jakarta Timur. Penelitian ini akan berlangsung selama 3 (tiga) minggu, yaitu dari pertengahan bulan Mei 2014-awal bulan Juni 2014.

3.2.3 Batasan Penelitian

Isu penting yang berkembang di era globalisasi ini adalah tingginya tingkat persaingan tidak terkecuali di bidang industri perbankan. Oleh karena itu, masalah kualitas pelayanan dan atribut produk harus mendapatkan perhatian yang sungguh-sungguh untuk menjamin kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan kepuasan nasabah berkaitan dengan kepercayaan nasabah terhadap jasa yang dibelinya. Kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara kualitas pelayanan yang diterima seseorang dengan harapan-

harapannya terhadap kualitas pelayanan tersebut. Hal ini membawa konsekuensi bagi pihak bank untuk secara aktif menggali informasi yang berkaitan harapan-harapan nasabah. Oleh karena itu, pihak bank perlu melakukan pendalaman terhadap harapan-harapan para nasabahnya agar secara kontinu dapat menerapkan strategi-strategi guna meningkatkan kinerjanya yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti hanya melakukan penelitian terhadap faktor kualitas pelayanan, atribut produk dan kepuasan nasabah. Dengan keterbatasan waktu, biaya serta tenaga maka penelitian ini hanya dilakukan kepada nasabah Bank BRI Kantor Unit Pulogebang dan Bank BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender. Responden penelitian adalah nasabah Bank BRI dan BNI tersebut yang telah menjadi nasabah minimal selama 5 (lima) tahun.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kausal komparatif. Menurut Sugiyono (2006: 207-208), statistik deskriptif 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. Adapun penelitian kausal komparatif menurut Arikunto (2003: 329) merupakan penelitian yang mengkomparasikan hubungan sebab akibat dua variabel yang ada pada dua kelompok. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini bermaksud untuk

mengkomparasikan pengaruh kualitas pelayanan dan atribut produk terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Unit Pulogebang dan BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Sesuai dengan judul penelitian ini, yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Nasabah”, maka dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan atribut produk (X2) serta satu variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y).

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, Sugiyono (2006: 33). Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan dan atribut produk.

3.4.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, Sugiyono (2006: 33). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah yang menyatakan bahwa nasabah dianggap puas jika pihak bank mampu memberikan yang terbaik kepada nasabah seperti kualitas pelayanan yang diberikan, citra dari perusahaan itu sendiri, harga yang ditetapkan sesuai dengan harapan nasabah, dan kualitas dari produk atau jasa itu sendiri.

Adapun operasionalisasi variabel-variabel tersebut beserta konsep dan dimensinya dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan (X1),
Atribut Produk (X2) dan Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor
Kualitas Pelayanan Kotler dan Keller (2012:153) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi, yaitu 1. <i>Tangible</i> 2. <i>Emphaty</i> 3. <i>Reliability</i> 4. <i>Responsiveness</i> 5. <i>Assurance</i>	<i>Tangible</i>	1. Kebersihan fasilitas fisik kantor	1
		2. Kerapian penampilan karyawan	2
		3. Kemutakhiran (kemodernan) sarana fisik yang dimiliki	3
	<i>Empathy</i>	1. Perhatian secara personal oleh karyawan	4
		2. Kemudahan mengakses informasi	5
		3. Memperhatikan kebutuhan nasabah dengan sungguh-sungguh	6
	<i>Reliability</i>	1. Menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir	7
		2. Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen	8
		3. Memiliki pengetahuan yang luas	9
	<i>Responsiveness</i>	1. Layanan secara cepat	10
		2. Tanggapan permintaan pelayanan	11
		3. Cekatan atau tanggap	12
	<i>Assurance</i>	1. Mampu membuat pelanggannya mempercayai mereka	13
		2. Aman menerima pelayanan	14
		3. Sopan	15
		4. Reputasi yang baik	16
Atribut Produk Menurut Kotler & Armstrong (2012:230), atribut produk memiliki 3 dimensi, yaitu : 1. <i>Product Quality</i> 2. <i>Features</i> 3. <i>Design</i>	<i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	1. Kinerja produk	17
		2. Manfaat produk	18
	<i>Features</i> (fitur)	1. Pengajuan kredit	19
		2. Layanan <i>e-banking</i>	20
	<i>Design</i> (Desain)	1. Buku tabungan	21
2. Kartu ATM		22	
Kepuasan Pelanggan Menurut Richard L. Oliver dalam Zeithaml, Bitner & Gremler (2006: 110), dimensi kepuasan konsumen adalah: 1. Kualitas produk 2. Harga 3. Kualitas pelayanan 4. Faktor Situasi 5. Faktor Pribadi	Kualitas produk	1. Ketersediaan mesin ATM	23
		2. Kondisi mesin ATM	24
	Harga	1. Biaya administrasi	25
		2. Informasi biaya-biaya	26
	Kualitas pelayanan	1. Kualitas transaksi	27
		2. Jenis pelayanan sesuai dengan kebutuhan transaksi	28
	Faktor situasi	1. Pengalaman menjadi nasabah	29
		2. Jangkauan jaringan transaksi	30
Faktor pribadi	1. Merasa aman berinvestasi	31	
	2. Keterikatan emosional	32	

Sumber: Data diolah peneliti

3.4.3 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2006: 134) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang tercantum pada kuesioner Tabel 3.2 sebagai berikut.

Tabel 3.2
Bobot Penilaian Kuisisioner

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Biasa saja	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2006: 135)

3.5 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2006: 130). Sementara itu menurut Sugiyono (2006: 117) 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. Peneliti memilih populasi dalam penelitian ini, yaitu nasabah BRI Kantor Unit Pulogebang yang sekaligus menjadi nasabah BRITAMA atau pernah menjadi nasabah BNI Taplus minimal selama 5 tahun.

Jumlah nasabah yang tercatat telah 5 tahun menjadi nasabah Bank BRI Kantor Unit Pulogebang adalah sebanyak 460 nasabah (*Sumber: Wawancara dengan Kepala Unit Bank BRI Pulogebang, 2014*).

3.5.2 Sampel

Arikunto (2006: 131) menyatakan, sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pendapat lain mengungkapkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2006: 118). *Sampling* atau pengambilan sampel adalah pemilihan sejumlah subyek penelitian sebagai wakil dari populasi sehingga dihasilkan sampel yang mewakili populasi dimaksud. Penarikan sampel menggunakan teknik sampling acak (*random sampling*). Adapun jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Sangadji dan Sopiah, 2010: 189):

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Margin kesalahan (0,05)

Perhitungan untuk menentukan jumlah sampel Bank BRI Kantor Unit Pulogebang yang berjumlah 460 (margin kesalahan 0,05) dengan menggunakan rumus Slovin di atas adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{460}{1 + (460)(0,05)^2}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{460}{2,15} \\ &= 213,95 \text{ (pembulatan: 214)} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 214 nasabah BRITAMA yang juga nasabah atau pernah menjadi nasabah BNI Taplus. Untuk mendapatkan jumlah tersebut peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel karena pertimbangan tertentu. Metode penarikan sampel dari *non-probability sampling* yang digunakan adalah metode *accidental sampling*. Dalam Sugiyono (2012:67) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data antara lain data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber dari data yang kita butuhkan (Bungin, 2005: 22).

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk

memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian. Data ini dikumpulkan sendiri oleh peneliti melalui pembagian kuesioner kepada responden. Data sekunder yang peneliti dapat berasal dari data administrasi BRI Kantor Unit Pulogebang Bekasi, Bank BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender dan beberapa situs lainnya yang digunakan dalam pencarian referensi teori maupun jurnal.

3.7 Metode Analisis

Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

3.7.1 Uji Instrumen

3.7.1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012: 348), *valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan cara melakukan uji coba terlebih dahulu kepada 30 orang responden.

Perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan komputer program SPSS 22.0. Kriteria penerimaan atau penolakan koefisien korelasi butir instrumen adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{\text{butir}} > r_{\text{tabel}}$ pada nilai α tertentu, maka butir instrumen dinyatakan *valid* (diterima).
2. Jika $r_{\text{butir}} \leq r_{\text{tabel}}$ pada nilai α tertentu, maka butir instrumen dinyatakan tidak *valid* (ditolak).

Mengingat instrumen ini akan diuji kepada 30 responden, maka r_{tabel} yang dijadikan kriteria penerimaan pada $\alpha = 0,05$ adalah 0,361 (nilai r_{tabel}).

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Selain *valid* instrumen penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Sugiyono (2012: 348) mengemukakan bahwa instrumen yang *reliabel* berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Butir instrumen dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk menguji reliabilitas kuesioner penelitian ini dilakukan pengukuran reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* bantuan program komputer SPSS 22.0. Tingkat reliabilitas instrumen mengacu pada interpretasi nilai r_{11} sebagaimana dikemukakan Guilford dalam Jihad & Haris (2010 : 181) sebagai berikut:

$r_{11} \leq 0,20$	reliabilitas sangat rendah
$0,20 < r_{11} \leq 0,40$	reliabilitas rendah
$0,40 < r_{11} \leq 0,70$	reliabilitas sedang
$0,70 < r_{11} \leq 0,90$	reliabilitas tinggi
$0,90 < r_{11} \leq 1,00$	reliabilitas sangat tinggi

3.7.2 Uji Asumsi

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Sugiyono (2012: 75) menyatakan, bila data tidak normal, maka teknik statistik parametris tidak dapat digunakan untuk alat analisis. Untuk itu, sebelum peneliti akan menggunakan teknik statistik parametris sebagai analisisnya, maka peneliti harus membuktikan terlebih dahulu, apakah data yang akan dianalisis itu berdistribusi normal atau tidak. Penghitungan uji ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Sekaran & Bougie (2009: 352) menyatakan, *multicollinearity is an often encountered statistical phenomenon in which two or more independent variables in a multiple regression model are highly correlated.* (multikolinieritas merupakan fenomena statistik yang sering ditemui bahwa dua atau lebih variabel independen dalam model regresi sangat berkorelasi).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model yang baik

seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen atau nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Kriteria yang digunakan menurut Sulistyono (2011: 56) adalah jika nilai VIF di sekitar angka 1 atau memiliki toleransi mendekati 1, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3.7.2.3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Sulistyono (2011: 60), heterokedastisitas terjadi dalam regresi apabila varian error (e_i) tidak konstan untuk beberapa nilai x . Pendeteksian konstan tidaknya varian error dapat dilakukan dengan menggambarkan grafik antara y dengan residu. Apabila garis yang membatasi sebaran titik-titik relatif paralel maka varian *error* dikatakan konstan.

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2012: 260), analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dimanipulasi, dirubah-rubah atau dinaik-turunkan. Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Linear Regression*). Analisis regresi linear

berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (kualitas pelayanan dan atribut produk) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Rumus matematis dari regresi linear berganda yang umum digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

\hat{Y}	= Nilai Prediksi Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan
a	= Konstanta, nilai Y jika semua nilai X adalah nol
$b_1, b_2,$	= Koefisien regresi
X_1	= Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)
X_2	= Variabel Independen (Atribut Produk)
e	= <i>standard error</i>

Dalam penelitian ini, persamaan regresi ditentukan dengan menggunakan *standardized coefficient beta* karena masing-masing koefisien variabel bebas (*independent*) distandarisasikan lebih dulu agar menghasilkan koefisien yang sama satuannya. Keuntungan dengan menggunakan *standardized beta* adalah mampu mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen.

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji t (Regresi Parsial)

Riduan Sunarto (2007: 81) menyatakan, pengujian lanjutan yaitu uji signifikansi yang berfungsi apabila peneliti ingin mencari makna hubungan variabel X dan Y, maka hasil korelasi diuji dengan uji signifikansi dengan rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

di mana:

t_{hitung} = Nilai t
 r = Nilai koefisien korelasi
 n = Jumlah sampel

Kriteria pengujian :

1. H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05
2. H_0 ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

Uji t yaitu suatu proses pengujian untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variabel independen yang lain konstan. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5%, maka hipotesis alternatif diterima.
- Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5%, maka hipotesis alternatif ditolak.

3.7.4.2 Uji F (Regresi Simultan)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Menurut Riduan dan Sunarto (2007: 86), untuk mengetahui signifikansi korelasi ganda dicari dulu F_{hitung} kemudian

dibandingkan dengan F_{tabel} , dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5%, maka hipotesis diterima.
- Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5%, maka hipotesis ditolak.

3.7.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi. Riduan dan Sunarto (2007: 87) menyatakan bahwa kontribusi secara simultan dapat dicari dengan rumus: $R^2 \times 100\%$. Jika R^2 sama dengan nol berarti tidak ada kontribusi sama sekali dalam hal pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika R^2 sama dengan satu, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna atau sepenuhnya berpengaruh.