

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan pada jasa layanan Bank DKI Jakarta. Sedangkan subyek penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank DKI yang sedang atau pernah menggunakan jasa layanan di Bank DKI.

3.1.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan antara bulan Februari 2019 sampai dengan bulan Juli 2019.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang berbasis pada perhitungan angka dan statistik, penelitian kuantitatif memiliki dasar deskriptif untuk memahami suatu fenomena dengan lebih mendalam.

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang peneliti ambil, yaitu “Pengaruh Kualitas Layanan dan Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank DKI Jakarta”. Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*), variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel *intervening* (*intervening variable*). Berikut ini penjelasan dari tiap-tiap variabel yang peneliti ambil:

3.3.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2016), variabel *Independent* adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan dependen, disebut juga variabel yang mempengaruhi (h. 39). Menurut Widiyanto (2013) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yang diteliti untuk dilihat pengaruhnya terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah). Dua variabel bebas yang akan diteliti yaitu kualitas layanan (X1) dan hubungan pemasaran (X2) yang dijelaskan sebagai berikut:

- a) Kualitas layanan menurut Lovelock dalam Tjiptono (2012), merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan nasabah dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen (h. 270).
- b) Menurut Kotler dan Keller (2016), Hubungan pemasaran adalah membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan tujuan mendapatkan dan mempertahankan bisnis (h. 27).

3.3.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2016), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau dikenal juga sebagai variabel yang menjadi akibat karna adanya variabel independen (h. 39). Sedangkan menurut Widiyanto (2013) variabel dependen adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lain (h. 183). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah (Z).

Tabel III. 1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	
Loyalitas Nasabah (Z)		1. Kemantapan tidak memilih bank lain	Eugenia Andrea Dennisa dan Suryono Budi Santoso (2016)	
		2. Merekomendasikan kepada orang lain yang meminta saran saya		
		3. Kemauan untuk menggunakan kembali		
Kualitas Layanan (X1)	<i>Empathy</i>	1. Memberi pelayanan sepenuh hati	Karin Boonlertvanich (2019)	
		2. Memenuhi kebutuhan		
	<i>Tangible</i>	1. Memberikan pelayanan yang modern		
		2. Kantor layanan Bank DKI menyediakan lingkungan yang bersih dan bebas dari bahaya		
	<i>Responsiveness</i>	1. Bank DKI mengerti kebutuhan		
		2. Bank DKI memberi tahu waktu penyelesaian sebuah keluhan		
	<i>Reliability</i>	1. Bank DKI dapat diandalkan		
		2. Bank DKI memiliki prosedur yang jelas		
	<i>Assurance</i>	1. Nasabah merasa aman melakukan transaksi di Bank DKI		Appalayya Meesala dan Justin Paul (2016)
		2. Petugas memiliki pengetahuan yang baik		
Hubungan Pemasaran (X2)	<i>Social benefits</i>	1. Saya merasa dihargai oleh karyawan Bank DKI	Thorsen Hennig Thurau, Kevin P Gwinner dan Dwayne D Gremler (2002)	
		2. Saya membangun hubungan sosial dengan karyawan Bank DKI		
	<i>Special treatment benefits</i>	1. Saya mendapatkan diskon daripada nasabah lain		
		2. Saya mendapat penawaran khusus dibanding nasabah lain		
	<i>Confidence benefits</i>	1. Karyawan Bank DKI memiliki integritas tinggi		
2. Karyawan Bank DKI benar benar jujur				
Kepuasan Pelanggan (Y)		1. Saya puas dengan seluruh pelayanan Bank DKI	Cheng Boon <i>et al</i> , (2014)	

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber
		2. Harapan terhadap layanan mengenai Bank DKI sudah sesuai	Karin Boonlertvanich (2019)
		3. Saya memberi sikap positif terhadap Bank DKI	
		4. Saya memiliki pengalaman positif selama menjadi nasabah Bank DKI	

Sumber: Data diolah oleh peneliti

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian dan pengumpulan data, berikut ini terdapat dua cara, di antaranya ialah:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016), Data primer yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (h. 308). Dalam penelitian ini penyusun menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara membagikan beberapa pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada nasabah Bank DKI,

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016), kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sekumpulan pertanyaan atau berupa pernyataan tertulis kepada setiap responden untuk di jawab (h. 199). Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan menggunakan media elektronik yaitu *Google drive* dan dibagikan kepada 200 responden.

3.5 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (h. 80). Populasi dalam penelitian ini berdasarkan pengertian di atas adalah nasabah Bank DKI yang sudah memiliki dan menggunakan jasa dari Bank DKI dan bukan nasabah yang memiliki kewajiban menggunakan jasa Bank DKI seperti karyawan dan nasabah yang menggunakan Bank DKI sebagai rekening gaji.

2. Sampel

Menurut pendapat Sugiyono (2016), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang mewakili populasi yang diteliti (h.81). Menurut Sugiyono (2017), peneliti menggunakan teknik sampling yaitu *non probability sampling* atau teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (h. 84). Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu, alasan pemilihan dengan menggunakan *purposive sampling* tidak semua sampel memiliki kriteria tertentu sesuai dengan yang penulis tentukan (h. 85).

Menurut Ferdinand (2014), Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dan jumlah sampel yang

digunakan menyesuaikan dengan model SEM. Dalam metode SEM jumlah sampel yang dibutuhkan minimal lima kali jumlah variabel indikator (h. 109). Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 13, sehingga minimal dibutuhkan 15×5 atau 75 sampel. Dalam pengujian *Chi Square* model SEM sangat sensitif dengan jumlah sampel, sehingga jumlah sampel dalam penelitian mengacu pada pendapat Hair *et al.* (2010) yaitu teknik *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) (hal. 637). Menurut MLE jumlah sampel yang baik berkisar antara 100-200 jumlah sampel. Oleh karena itu jumlah sampel diharapkan berjumlah 100-200 sampel. Mengacu pada teori yang telah dijelaskan oleh (Hair, 2010), maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden.

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini, sampel harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- (1) Nasabah Bank DKI minimal 1 tahun,
- (2) Sedang menggunakan produk Bank DKI dan memiliki minimal 3 produk dari Bank DKI
- (3) Tinggal dan berdomisili di DKI Jakarta.

3 Skala pengukuran

Menurut Sugiyono (2017), Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut ketika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (h. 93). Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode Likert yaitu skala dengan lima kategori respon yang berkisar antara “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju” yang

mengharuskan reponden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *likeart* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata.

Nilai-nilai yang diberikan setiap skala yaitu:

Tabel III.2 Skala Pengukuran

No	Kriteria Jawaban	Skor	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	1	STS
2	Tidak Setuju	2	TS
3	Netral	3	R
4	Setuju	4	S
5	Sangat Setuju	5	SS

Sumber: Sugiyono, 2016

3.6 Teknik Analisis Data

Untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data yang terkumpul, peneliti menggunakan *software* SPSS versi 22 dan analisis data SEM (Structrual Equation Modeling) menggunakan *AMOS* untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Penggunaan SEM dipilih sebab dinilai lebih akurat dan unggul dikarenakan dapat menganalisis data secara lebih komprehensif, peneliti mampu menjelaskan keterkaitan variabel secara kompleks dan efek langsung maupun tidak langsung dari suatu variabel terhadap variabel lainnya, dapat meneliti variabel yang tidak dapat diukur langsung (*unobserved*), serta dapat mengetahui hubungan kausalitas antar variabel/konstruk, serta peneliti dapat mengetahui komponen-komponen pembentuk variabel/konstruk tersebut dan mengetahui besarannya.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013), analisis deskriptif ialah analisis 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 (h. 143). SEM dinilai mampu menganalisis hubungan antara variabel laten dengan variabel indikatornya, hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain, juga untuk mengetahui besarnya kesalahan dalam pengukuran.

3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Umar (2011), suatu instrumen dikatakan baik apabila telah memenuhi beberapa kriteria seperti validitas dan reliabilitas, untuk itu suatu instrumental harus dilakukan dua pengujian tersebut (h. 43).

a) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016), uji validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (h. 137). Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka alat ukur tersebut mengenai sasarannya, atau menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen ukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila instrumen ukur tersebut dapat menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur sesuai dengan makna dan tujuan pengukurannya tersebut. Jika peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya maka butir yang disusun pada kuesioner merupakan instrumen atau alat ukur yang harus mengukur yang menjadi tujuan penelitian.

Salah satu cara mengukur validitas nya adalah dengan cara *factor analysis*. Analisis faktor adalah suatu alat analisis data untuk mengetahui faktor-faktor yang dominan dalam menjelaskan suatu masalah. Analisis faktor mencoba menemukan hubungan antar sejumlah variabel-variabel yang di awalnya saling independen antara satu dengan yang lain, sehingga dapat dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Analisis faktor mempunyai 2 tujuan, yang pertama untuk mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi, jika korelasi dilakukan antar uji analisis tersebut dinamakan R analisis, namun jika analisis dilakukan antar responden atau sampel maka analisis tersebut dinamakan Q analisis atau yang biasa disebut *cluster analysis*. Lalu kedua, yaitu untuk menyederhanakan deskripsi dari suatu set data yang banyak dan saling berkorelasi menjadi set data lain yang ringkas dan tidak lagi saling berkorelasi atau disebut juga *data reduction*.

Sebelum menggunakan uji faktor analisis, hal pertama yang harus diperhatikan adalah menguji nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*), tujuannya adalah untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sudah layak untuk menguji ketepatan faktor analisis.

Nilai KMO dianggap mencukupi jika $>0,50$ dimana nilai ini akan memberikan bahwa analisis yang paling layak digunakan adalah analisis faktor. Nilai yang tinggi (antara 0,50 dan 1,00) mengindikasikan analisis faktor sudah tepat. Nilai di bawah 0,50 mengindikasikan analisis faktor bukan suatu alat yang tepat untuk dijadikan alat pengukur.

b) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2011:86). Untuk mengetahui kekuatan dari suatu data, dengan hal tersebut dijadikan sebagai acuan dari *Cronbach Alpha* analisis data tersebut. Dengan *Cronbach Alpha* tersebut dapat menunjukkan besar dari faktor hubungan dari variabel satu dengan variabel lain. Untuk pengujian reliabilitas dapat dilakukan untuk memperoleh kebaikan pada alat pengukur, bisa dapat melihat dari kesesuaian alat ukur tersebut.

Dengan penelitian ini dapat digunakan dengan pengujian reliabilitas *Cronbach Alpha*. Dengan alasan gunakan pengujian ini karena *Cronbach Alpha* sebagai salah satu model uji kekuatan dari kuesioner yang biasa digunakan. Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,6 dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka butiran pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, Menurut Ghazali, (2014), jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka butiran pertanyaan tersebut tidak reliabel (h. 257).

Rumus yang ditulis oleh *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} : Reliabilitas instrumen
- σ_b^2 : Jumlah varian butir
- K : Banyak butiran pertanyaan
- σ_t^2 : Jumlah varians total

3.6.3 Uji Hipotesis

Peneliti menggunakan metode *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 22 dan AMOS versi 22. Dalam SEM digunakan *Confirmatory Factor Analysis* untuk mengurangi kesalahan pengukuran dengan memiliki banyak indikator dalam satu variabel laten. Menurut Santoso (2015) menyatakan bahwa *Structural Equation Modelling (SEM)* adalah analisis statistik yang merupakan perpaduan gabungan dari analisis faktor dan regresi. Menurut Indrawati (2015) model persamaan struktural model SEM terdapat dua kelompok, yaitu *covariance based matrix structural equation modeling* dan *variance based matrix structural equation modeling* (h. 124). *Covariance based matrix structural equation modeling* lebih ditujukan untuk menjelaskan hubungan item dalam variabel-variabel dan mengkonfirmasi model dan juga lebih memfokuskan bagaimana suatu *structural* model cocok (fit) dengan hasil observasi dan memberikan penjelasan. Adapun analisis statistik yang termasuk dalam *covariance based matrix structural equation modeling* adalah *lisrel* dan *amos*. Sedangkan *variance based matrix structural equation modeling* yaitu lebih ditujukan untuk melakukan prediksi dari hubungan konstruk atau variabel *independen* dan variabel *dependen* dalam suatu model.

Menurut Sanusi (2012), dalam penggunaannya *Structural Equation Modelling* (SEM) terdapat beberapa alat uji SEM yang terbagi menjadi tiga:

a) *Absolute Fit Measures*

Absolute Fit Measures merupakan pengujian yang paling mendasar pada SEM dengan mengukur model fit secara keseluruhan baik model struktural maupun model pengukuran secara bersamaan.

b) *Incremental Fit Measures*

Incremental Fit Measures ialah ukuran kecocokan secara relatif, digunakan untuk *Root Mean Square Error of Approximation* membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh penelitian.

c) *Parsimony Fit Measures*

Parsimony Fit Measures adalah bagian kecocokan dari sisi kesederhanaan model. Jika model ini sudah terpenuhi maka model dikatakan sudah fit (h. 127). Dapat dilihat beberapa indeks uji kecocokan model dalam SEM tersebut ialah:

1) Uji *Chi Square* (Uji kecocokan)

Chi Square statistik merupakan alat ukur yang paling penting dalam menguji model keseluruhan. Nilai *Chi Square* yang besar (sifatnya relatif terhadap derajat kebebasan) menunjukkan adanya perbedaan antara matrik input terhadap matrik hasil estimasi (matrik input bisa korelasi atau kovarians). Bahwa semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu karena dalam uji beda *chi square*, $\chi^2 = 0$, berarti benar-benar tidak ada perbedaan (H_0 diterima) berdasarkan probabilitas

dengan nilai $p.value$ sebesar $p.value > 0,05$ menandakan data empiris identik dengan teori atau model.

2) *Comparative Fit Index (CFI)*

Comparative Fit Index (CFI) merupakan bentuk indeks yang tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks CFI berada pada rentang 0-1, dimana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($CFI > 0,9$) dan dikatakan *marginal fit* apabila ($0,8 < CFI < 0,9$).

3) (RMSEA) *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

untuk mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Nilai $RMSEA < 0,05$ menandakan *close fit*, sedangkan $0,05 < RMSEA < 0,08$ menunjukkan *good fit*, $RMSEA > 0,08$ menunjukkan *poor fit*.

4) CMIN/DF

Pada CMIN/DF didapat dari statistic chi-square (CMIN) yang dibagi dengan Degree of Freedom (DF) dan merupakan salah satu indikator guna mengukur tingkat fit suatu model. Dalam CMIN/DF diharapkan nilai sebesar $< 3,00$ sehingga menyatakan adanya penerimaan dari model.

5) AGFI (*Goodness of Fit Index*)

Pada AGFI yang telah disesuaikan dengan ratio dari *degree of freedom*. Nilai yang direkomendasikan adalah AGFI >0,90 semakin besar nilai AGFI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki oleh model.

6) TLI (*Tucker Lewis Index*)

Merupakan indeks kesesuaian incremental yang membandingkan model yang diuji dengan baseline model. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah >0,90.

7) GFI (*Goodnes of fit indeks*)

Adalah indeks yang menggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. GFI>0,90 mengisyaratkan model yang telah diuji memiliki kesesuaian yang baik.

Tabel III. 3 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut – Off Value</i>
Chi Square	Semakin kecil semakin baik
<i>Adjust Goodness Fit of Index</i> AGFI	>0,90
<i>Goodness of Fit Index</i> (GFI)	>0,90
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RSMEA)	0,05 < RMSEA < 0,08
CMIN/DF	<2,00
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	> 0,90
Probability	>0,50
Tucker Lewis Index TLI	>0,90

Sumber: Sanusi (2012)