

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian hubungan kausalitas (sebab-akibat) yaitu adanya sesuatu akan menyebabkan terjadinya sesuatu yang lain jika ada rangkaian peristiwa antara hal pertama dan hal kedua, masing-masing akan menyebabkan hal berikutnya terjadi secara berantai. Kausalitas melibatkan waktu – hal pertama terjadi, dan kemudian hal yang kedua terjadi sebagai akibatnya. Hal pertama adalah penyebabnya, dan yang kedua adalah efek (Sugiyono, 2010). Penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu *Brand Image*, *Service Quality*, dan *Trust* yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Yogyakarta, dengan sampel BRI Cabang Prawirotaman untuk kategori besar, BRI Poncowinatan untuk kategori sedang dan BRI Kas Krapyak, untuk kategori Bank Kecil.

3.3. Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan unsur penting dalam penelitian karena dengan variabel inilah penelitian bisa dikembangkan dan bisa diolah sehingga diketahui pemecahan masalahnya. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel, definisi operasional yaitu indikator, ukuran dan skala.

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan secara rinci mengenai variabel yang diteliti oleh penulis mengenai variabel, konsep variabel, indikator variabel, dan skala pengukuran dengan tujuan untuk memperoleh nilai variabel penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan 5 variabel yaitu *Brand Image*, *Service Quality*, *Trust*, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah. Penjelasan tentang definisi operasional variabel penelitian dan indikator masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel dan definisi	Indikator
1.	<i>Brand image</i> adalah persepsi dan keyakinan konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen (Kotler dan Keller, 2012:315)	Kompetitif dibandingkan bank lain
		Mudah ditemukan dan Jumlah banyak
		Bank pemerintah yang terpercaya
		Keamanan simpanan terjamin
		Kerjasama antar bank yang baik
2.	<i>Service Quality</i> adalah jasa pelayanan yang kelengkapan fasilitasnya fisik, karyawan yang profesional, proses pelayanan yang cepat (Lupiyoadi, 2013:165)	Fasilitas fisik yang lengkap dan nyaman
		Penampilan karyawan yang rapi dan profesional
		Pelayanan tepat waktu
		Memberikan masukan informasi yang baik pada nasabah
		Memberikan informasi dengan jelas
		Pelayanan yang memuaskan
		Perhatian secara pribadi
Kepercayaan terhadap personal		
3.	<i>Trust</i> adalah laporan keuangan, ketepatan transaksi, tempat menyimpan dana yang aman dan resiko rendah (Mowen, 2013)	Reputasi atas kepercayaan yang dimiliki bank
		Keamanan dalam menggunakan jasa Bank
		Jaminan atas resiko keuangan
		Manfaat kredit bagi nasabah

4.	Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah dengan membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya Kotler dan Amstrong, (2012:285)	Kesesuaian dengan harapan dapat memberikan solusi dibidang sumber dana
		Kesesuaian dengan harapan bunga kredit dengan keuntungan hasil usaha
		Kesesuaian dengan harapan terhadap tingkat bunga yang diberikan
		Kesesuaian dengan harapan terhadap pelayanan karyawan
		Kesesuaian dengan harapan dengan kemampuan karyawan
5.	Loyalitas Nasabah adalah kesetiaan nasabah untuk memiliki komitmen selalu menggunakan (Kotler dan Keller, 2012:143)	Akan selalu menggunakan jasa
		Belum berminat pindah
		Menggunakan jasa lebih sering
		Rekomendasi pada sahabat
		Saran untuk kebaikan perusahaan

3.4 Data Yang Dibutuhkan

Dalam penelitian ini data yang dibutuhkan berupa data primer. Data primer langsung diambil dari sumbernya/responden, dengan survey dan teknik wawancara dengan kuesioner.

3.4.1. Data Primer

Beberapa para ahli telah menyebutkan definisinya tentang data primer salah satunya menurut (Sugiyono, 2010:167) data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian

atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

Data primer penelitian ini dalam bentuk:

- 1) Bagian 1 : Gambaran Umum Responden
- 2) Bagian 2 : Pendapat/Penilaian tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2010:98) Populasi adalah jumlah individu keseluruhan subyek yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi merupakan totalitas dari suatu karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Oleh karena itu seorang peneliti perlu memahami bagaimana karakteristik populasi penelitian tersebut. Hal terpenting yang harus diperhatikan adalah kondisi homogenitas atau heterogenitas suatu populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah Bank BRI Yogyakarta.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah karakteristik yang akan diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi/jumlah lebih sedikit dari jumlah populasinya. Menurut rekomendasi dari Hair, Anderson, Tatham & Black (2008) yang merekomendasikan ukuran sampel minimal berkisar antara 100 sampai 200 observasi tergantung dari jumlah indikator yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-20 kali jumlah indikator yang diestimasi. Dalam penelitian ini terdapat 29 item

variabel dependen dan independen, maka target sampel yang dilakukan sebesar $29 \times 6,2 = 180$ responden. Dari teori di atas, penulis mengambil sampel sebanyak 180 agar rekomendasi dari teori diatas terpenuhi.

Target sampel penelitian ini adalah sejumlah 180 responden, yang diambil masing-masing BRI Prawirotaman sebesar 60 responden terdiri dari 30 peminjam dan 30 penyimpan, BRI Poncowinatan sebesar 60 responden terdiri dari 30 peminjam dan 30 penyimpan dan BRI Kas Krapyak sebesar 60 responden terdiri dari 30 peminjam dan 30 penyimpan. Dari jumlah nasabah dari masing-masing Bank BRI yang digunakan sampel, peneliti datang menemui nasabah yang saat itu aktif melakukan transaksi, untuk diminta kesediaanya mengisi kuesioner yang sudah tersedia, sampai masing-masing bank sampel mendapatkan responden 60 nasabah. Jumlah ini digunakan untuk keterwakilan masing-masing jenis bank, sehingga sampel diharapkan presentatif. Adapun rincian sampel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Rincian Sampel Penelitian

	Unit Prawirotaman	Unit Poncowinatan	Kas Krapyak	Jumlah
Peminjam	30	30	30	90
Penyimpan	30	30	30	90
Total	60	60	60	180

3.5.3. Teknik Pengambilan Sampling

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, yaitu setiap populasi tidak memiliki peluang yang sama. Kemudian metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *coveniance sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat.

3.6. Cara Pengumpulan Data

Alat untuk mengumpulkan data berbentuk kuesioner yang disusun oleh peneliti yaitu berupa penyebaran pertanyaan yang akan diberikan kepada nasabah Bank BRI Yogyakarta. Kuesioner pada penelitian ini berisi pernyataan yang bersifat tertutup. Susunan kuesioner terdiri dari bagian satu tentang identitas responden, dan bagian dua tentang keadaan dan persepsi responden tentang *brand image*, *service quality*, *trust*, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner adalah Skala Likert. (Sugiyono, 2010:106) menjelaskan bahwa Skala Likert merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan konsumen. Pengukuran dengan menggunakan Skala Likert diberi bobot atau skor sesuai dengan intensitasnya. Hasil kuesioner sebelum dipakai sebagai penelitian diuji coba dengan uji validitas dan reliabilitas.

3.7. Uji Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Tujuan uji validitas adalah digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan sudah sesuai dengan apa yang hendak diukur. Sesuai pendapat Sekaran (2003) yang menyatakan bahwa validitas menunjukkan ketepatan atau kecermatan alat ukur sesuai fungsi ukurannya. Uji Validitas dalam penelitian menggunakan korelasi *Product Mement*. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS *for Window release* 20,00. Rumus koefisien korelasi *product moment pearson* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien total item pertanyaan dengan skor item pertanyaan

N : jumlah data

ΣX : Total skor variabel (X)

ΣY : Total skor variabel (Y)

ΣX^2 : Total skor butir (X) kuadrat

ΣY^2 : Total skor variabel (Y) kuadrat

ΣYX : Total perkalian skor butir (X) dan skor variabel (Y)

Kriteria Pengujian:

Dikatakan valid bila r -hitung $>$ r -tabel

Dikatakan tidak valid bila r -hitung $<$ r -tabel

Berdasarkan hasil pengujian terhadap validitas instrumen penelitian hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3.2.
Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R tabel	Keterangan
<i>Brand Image</i>	BI.1	0,763	0,3610	Valid
	BI.2	0,624	0,3610	Valid
	BI.3	0,614	0,3610	Valid
	BI.4	0,643	0,3610	Valid
	BI.5	0,542	0,3610	Valid
	BI.6	0,606	0,3610	Valid
	BI.7	0,593	0,3610	Valid
	BI.8	0,664	0,3610	Valid
	BI.9	0,623	0,3610	Valid
	BI.10	0,624	0,3610	Valid
Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R tabel	Keterangan
<i>Service Quality</i>	SQ.1	0,741	0,3610	Valid
	SQ.2	0,730	0,3610	Valid
	SQ.3	0,759	0,3610	Valid
	SQ.4	0,572	0,3610	Valid
	SQ.5	0,734	0,3610	Valid
	SQ.6	0,686	0,3610	Valid
	SQ.7	0,661	0,3610	Valid
	SQ.8	0,723	0,3610	Valid
	SQ.9	0,690	0,3610	Valid
	SQ.10	0,818	0,3610	Valid
	SQ.11	0,715	0,3610	Valid
	SQ.12	0,666	0,3610	Valid
	SQ.13	0,711	0,3610	Valid
	SQ.14	0,581	0,3610	Valid
	SQ.15	0,603	0,3610	Valid
	SQ.16	0,747	0,3610	Valid
	SQ.17	0,715	0,3610	Valid
<i>Trust</i>	TR.1	0,683	0,3610	Valid
	TR.2	0,496	0,3610	Valid
	TR.3	0,528	0,3610	Valid
	TR.4	0,757	0,3610	Valid
	TR.5	0,585	0,3610	Valid
	TR.6	0,683	0,3610	Valid
	TR.7	0,657	0,3610	Valid

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R tabel	Keterangan
	TR.8	0,452	0,3610	Valid
	TR.9	0,610	0,3610	Valid
	TR.10	0,635	0,3610	Valid
	TR.11	0,557	0,3610	Valid
	TR.12	0,656	0,3610	Valid
	TR.13	0,527	0,3610	Valid
Loyalitas Nasabah	LN.1	0,726	0,3610	Valid
	LN.2	0,651	0,3610	Valid
	LN.3	0,632	0,3610	Valid
	LN.4	0,571	0,3610	Valid
	LN.5	0,708	0,3610	Valid
	LN.6	0,688	0,3610	Valid
	LN.7	0,758	0,3610	Valid
	LN.8	0,753	0,3610	Valid
Kepuasan Nasabah (Kinerja)	KIN.1	0,533	0,3610	Valid
	KIN.2	0,826	0,3610	Valid
	KIN.3	0,549	0,3610	Valid
	KIN.4	0,612	0,3610	Valid
	KIN.5	0,754	0,3610	Valid
	KIN.6	0,762	0,3610	Valid
Kepuasan Nasabah (Harapan)	HAP.1	0,552	0,3610	Valid
	HAP.2	0,621	0,3610	Valid
	HAP.3	0,734	0,3610	Valid
	HAP.4	0,555	0,3610	Valid
	HAP.5	0,807	0,3610	Valid
	HAP.6	0,816	0,3610	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas maka semua item pertanyaan dinyatakan valid, hal karena memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar r tabel.

3.7.2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi atau kehandalan suatu instrumen atau alat ukur. Alat ukur yang validitas kemudian diukur kehandalannya. Jika instrumen reliabel artinya instrumen tersebut memiliki kepercayaan yang tinggi atas konsistensinya. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *internal consistency reliability* yang menggunakan *Cronbach Alpha*. Rumus koefisien keandalan/reliabilitas Alpa Cronbach (r_1) adalah sebagai berikut:

$$r_1 = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_1^2} \right\}$$

Keterangan :

k : mean kuadrat antara subyek

$\sum S_i^2$: Mean kuadrat kesalahan

S_1^2 : Jumlah Kuadrat interaksi, $JK_t - JK_s - JK_b$

Sebuah faktor dinyatakan reliabel/handal jika koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,6.

Adapun hasil uji reliabilitas instrumen sebagai berikut:

Tabel 3.3.
Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
	<i>Brand Image</i>	0,890	0,70	Reliabel
	<i>Service Quality</i>	0,946	0,70	Reliabel
	<i>Trust</i>	0,917	0,70	Reliabel
	Loyalitas Nasabah	0,899	0,70	Reliabel
	Kepuasan Nasabah (Kinerja)	0,871	0,70	Reliabel
	Kepuasan Nasabah (Harapan)	0,873	0,70	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas maka semua variabel dapat dinyatakan reliabel, hal ini

karena memiliki nilai Alpha lebih besar 0,70.

3.8 Analisis Data

Secara garis besar analisis data terdiri dari:

3.8.1. Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif responden terdiri dari usia, gender, tingkat pendidikan, penghasilan dan lama menjadi nasabah, yang dianalisis dengan tabel. Dalam menyelesaikan hal ini digunakan SPSS deskriptif analysis.

3.8.2 Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

Model dalam penelitian ini adalah model sebab akibat atau kausalitas. Alat analisis yang digunakan dalam mengolah data untuk menguji hipotesis yang diajukan adalah dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) program AMOS (*Analysis of Moment Structure*). Prosedur analisis sebagai berikut:

3.8.2.1 Asumsi Data

Berikut ini adalah asumsi-asumsi data SEM yang harus dipenuhi:

1. Ukuran sampel.

Ukuran sampel untuk permodelan SEM adalah minimum berjumlah 100 maksimum 200. Penelitian ini sudah menggunakan ukuran sampel 180, sehingga sudah representatif.

2. Uji Normalitas

Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data. Dalam penelitian ini pengujian normalitas data dilakukan dengan bantuan program SEM.

3. Outlier.

Yang dimaksud dengan outlier yaitu observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim, yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimiliki dan terlihat sangat jauh berbeda dengan observasi lainnya. Misalnya, kesalahan memasukkan data yaitu salah ketik nilai 2 menjadi nilai 5.

3.8.2.2 Konfirmatori

Analisis konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*) digunakan untuk mengkonfirmasi apakah indikator atau manifest yang digunakan, mengukur variabel.

3.8.2.3. Pengujian Model Struktural

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kesesuaian model terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Disebutkan oleh Ghozali (2013), beberapa indeks kesesuaian dan *cut of value* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak antara lain:

- a. X^2 - *Chi-Square*, dengan kriteria *cut-off value* sebesar $p > 0.05$ atau $p > 0.10$.
- b. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), kriteria baik jika nilai RMSEA $< 0,08$.
- c. GFI (*Goodness of fit Index*), nilai GFI dikatakan baik apabila lebih besar 0,90
- d. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), nilai AGFI dikatakan baik apabila memiliki nilai $> 0,90$.
- e. CMIN/DF, nilai CMIN/DF dikatakan baik apabila memiliki nilai $< 2,0$.
- f. TLI (*Tucker Lewis Index*), diterimanya sebuah model jika memiliki nilai $TLI \geq 0.95$.

g. CFI (*Comparative Fit Index*), Nilai yang direkomendasikan adalah CFI ≥ 0.95 .

Dengan demikian indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah struktural adalah seperti dalam tabel berikut ini.

Tabel 3.4
Indeks Pengujian Kelayakan Model

Goodness of Fit	Index Cut-off Value
X ² -Chi-Square	Diharapkan kecil (df, $\alpha < 0.05$)
Significanced	$\geq 0,05$
Probability	$\leq 0,08$
RMSEA	$\geq 0,90$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\leq 2,00$
CMIN/DF	$\geq 0,95$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber : Structural Equation Model (Ghozali, 2013)

3.8.2.4. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dengan cara melihat hasil analisis SEM yaitu angka *coefisien standardized* dan *P value*. Bila *P value* $< 0,05$, maka ada pengaruh yang signifikan. Selanjutnya perhitungan dengan bantuan komputer SEM AMOS.