

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi Penelitian**

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan, komitmen, dan kepercayaan terhadap loyalitas. Sebagai variabel bebas (*independent variabel*) atau variabel eksogen adalah variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Komitmen ( $X_2$ ), dan Kepercayaan ( $X_3$ ) dan Objek yang merupakan variabel terikat (Y) atau variabel endogen adalah Loyalitas Konsumen. Penelitian ini akan dilakukan terhadap nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta yang beralamat di Jl. Kusumanegara, Muja Muju, Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan, komitmen, dan kepercayaan terhadap loyalitas.

#### **3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional merupakan penjabaran akan definisi variabel dan indikator pada penelitian ini. Selanjutnya definisi operasional menggambarkan pula pengukuran atas variabel dan indikator yang dikembangkan pada penelitian ini :

##### **3.2.1. Kualitas Layanan**

Parasuraman *et al.* (1988) mendefinisikan kualitas layanan sebagai sebuah fungsi dari perbedaan antara harapan dan kinerja sepanjang dimensi kualitas tersebut. Pengukuran kualitas pelayanan mengacu pada penelitian Shanka (2012) yaitu menggunakan dua puluh dua indikator yang terdiri dari :

**a. Dimensi tangible, indikatornya yaitu:**

1. Bank memiliki peralatan modern.
2. Kondisi fisik bank secara visual menarik.
3. Karyawan frontliner bank berpenampilan rapi.
4. Bahan terkait dengan layanan (seperti pamflet) secara visual menarik di bank.

**b. Dimensi Reliability, indikatornya yaitu:**

5. Ketika bank berjanji untuk melakukan sesuatu dengan waktu tertentu, ia melakukannya.
6. Bila nasabah memiliki masalah, bank menunjukkan minat yang tulus dalam memecahkannya.
7. Bank melakukan layanan benar pada kali pertama.
8. Bank menyediakan layanan tersebut pada saat itu berjanji untuk melakukannya.

**c. Dimensi Responsiveness, indikatornya yaitu:**

9. Bank berusaha memberikan pelayanan yang bebas dari kesalahan.
10. Karyawan di bank memberitahu nasabah persis pada saat jasa akan dilakukan.
11. Karyawan di bank memberikan layanan yang cepat.
12. Karyawan di bank selalu bersedia untuk membantu nasabah.
13. Karyawan di bank tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah.

**d. Dimensi Assurance, indikatornya yaitu:**

14. Perilaku karyawan di bank menanamkan kepercayaan kepada nasabah.
15. Nasabah merasa aman dalam transaksi dengan bank.
16. Karyawan di bank secara konsisten sopan dengan nasabah.
17. Karyawan di bank memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah.

**e. Dimensi Empathy, indikatornya yaitu:**

18. Bank memberikan perhatian individu.
19. Bank beroperasi pada jam-jam yang nyaman bagi seluruh nasabah.
20. Bank memiliki karyawan yang memberikan perhatian pribadi.
21. Bank memiliki kepentingan terbaik di hati nasabah.
22. Karyawan bank memahami kebutuhan spesifik nasabah

**3.2.2. Kepercayaan**

Kepercayaan sebagai kepercayaan nasabah terhadap kualitas dan keandalan layanan yang ditawarkan oleh organisasi. Kepercayaan diukur dengan 3 indikator mengacu pada penelitian Jahroni (2009) yaitu :

- a. Keseluruhan kinerja perusahaan atau perbankan sesuai dengan harapan konsumen atau nasabah.
- b. Kepercayaan bahwa perusahaan atau perbankan telah menerapkan prinsip kerja dengan benar dalam operasionalnya.
- c. Kepercayaan bahwa perusahaan atau perbankan mampu memberikan kualitas layanan yang lebih baik.
- d. Perusahaan atau perbankan dapat diperhitungkan sebagai perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik.

- e. Perasaan aman ketika menitipkan modal atau dana pada perusahaan atau perbankan.

### 3.2.3. Komitmen

Moorman *et al.* dalam Jahroni (2009) mendefinisikan komitmen sebagai keinginan untuk mempertahankan nilai relationship. Indikator komitmen menurut Jahroni (2009) terdiri dari:

- a. Komponen masukan atau instrumen, yaitu aktivitas yang disetujui salah satu pihak yang menciptakan pertaruhan kepentingannya sendiri dalam hubungan dan menunjukkan sesuatu, lebih dari sekedar janji.
- b. Komponen sikap (*attitudinal component*) yang menunjukkan keinginan yang abadi dari pihak-pihak untuk mengembangkan dan memelihara hubungan jangka panjang.
- c. Komitmen sebagai dimensi temporal (*temporal dimension*) yang berarti bahwa komitmen hanya berarti selama dilakukan dalam rentang waktu yang lama, atau konsistensi masukan dan sikap yang terbawa dalam hubungan sepanjang waktu.

### 3.2.4. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen diartikan sebagai loyalitas yang ditunjukkan para pelanggan terhadap perusahaan perbankan. Loyalitas diukur dengan 4 indikator mengacu pada penelitian Hoq *et al.* 2010 yaitu :

- a. Niat untuk mengatakan hal-hal positif tentang bank BNI Syariah kepada orang lain.

- b. Kesiediaan untuk merekomendasikan keluarga dan teman dekat untuk mengajukan kredit kepada bank BNI Syariah.
- c. Merekomendasikan bank BNI Syariah kepada seseorang yang meminta saran.
- d. Terus menggunakan Kredit BNI Syariah untuk menunjang bisnisnya.

### **3.3. Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik individu atau perorangan. Hasil pengisian kuisioner oleh nasabah Bank BNI Syariah Kusumanegara Yogyakarta dimana responden membaca daftar pertanyaan dan menjawab secara tertulis pertanyaan yang ada dengan menggunakan model skala likert.

#### **3.3.2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan kuisioner dengan memberi daftar pertanyaan dan pernyataan, diukur dengan menggunakan persepsi responden atas pertanyaan atau pernyataan yang diajukan.

Skala pengukuran menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah pertanyaan yang mengukur sikap dari keadaan yang sangat negatif ke jenjang yang sangat positif (Ghozali, 2012). Skala Likert digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi dari variabel-variabel yang disesuaikan dengan penelitian ini. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan akan diberi skor penilaian dari 1

sampai dengan 5, karena skala tersebut dipandang sebagai penilaian yang mudah dipahami dan dilakukan oleh masyarakat khususnya masyarakat di Indonesia. Jawaban yang paling positif (maksimal) diberi nilai paling besar atau 5 dan jawaban yang paling negatif (minimal) diberi nilai paling kecil atau 1.

Dari contoh skala likert 5 point

1. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi nilai 1
2. Tidak Setuju (TS) : diberi nilai 2
3. Netral (N) : diberi nilai 3
4. Setuju (S) : diberi nilai 4
5. Sangat Setuju (SS) : diberi nilai 5

### **3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.4.1. Uji Validitas**

Uji validitas instrument digunakan untuk menilai kesahihan setiap item yang digunakan dalam penelitian. Sehingga hasil akhir yang didapat dari uji validitas instrument adalah item-item yang mempunyai nilai korelatif yang ditetapkan. Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas diuji melalui dua tahap analisis yang pertama yaitu Analisis Faktor Konfirmatori digunakan untuk menentukan pola dengan mengukur masing-masing beban pada faktor tertentu (Hair *et al.* 2016). Jika *loading factor* dari indikator  $> 0,50$  indikator tersebut valid (Ghozali, 2012).

### 3.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat ukur kesetabilan hasil akhir. Sehingga bilamana alat ukur yang sama digunakan untuk menguji instrumen yang sama akan menghasilkan data yang dapat dipercaya atau reliabel. Untuk mengukur reliabilitas instrumen dalam penelitian ini digunakan rumus: formulasi koefisien alpha *Cronbach* (Hoq, 2010). Dengan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika koefisien alpha *Cronbach* positif  $\geq 0,70$  maka faktor tersebut reliabel.
- b. Jika koefisien alpha *Cronbach* negatif  $\leq 0,70$  maka faktor tersebut tidak reliabel.

## 3.5. Populasi dan Sampel

### 3.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007).

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi pada penelitian ini adalah nasabah Debitur Bank BNI Syariah Yogyakarta.

### 3.5.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penentuan jumlah sampel (Sekaran, 2006) diperoleh beberapa

pedoman umum yang dapat digunakan oleh penelitian untuk menentukan besarnya sampel penelitian sebagai berikut :

1. Ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian.
2. Bila sampel dibagi dalam beberapa sub sampel, maka minimum 30 untuk setiap kategori sub sampel sudah memadai.
3. Analisis SEM membutuhkan sampel sebanyak paling 100 – 200 sampel untuk teknik *maximum likelihood estimation*.

Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 200 nasabah yang telah menjadi nasabah di BNI Syariah minimal 1 tahun.

### **3.6. Metode Analisis Data**

#### **3.6.1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan sebagai gambaran subyek dalam penelitian melalui data sampel atau populasi yang diambil apa adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis data yang dilakukan berdasarkan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan serta hasil jawaban dari responden kemudian ditarik kesimpulan.

#### **3.6.2. Analisis Verivikatif**

Analisis ini berusaha untuk mengaitkan variabel-variabel yang telah ditentukan untuk membuktikan hipotesis. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM). Perangkat lunak yang



digunakan untuk analisis struktural adalah AMOS 21 dan untuk analisis deskriptif menggunakan SPSS 16. Alasan penelitian ini dilakukan dengan SEM untuk mengukur indikator-indikator sehingga perlu dilakukan uji kelayakan model apakah model yang dianalisis dalam penelitian ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Menurut (Ferdinand, 2006), dalam membuat permodelan SEM perlu dilakukan langkah-langkah berikut ini :

1. Pengembangan model teoritis

Langkah pertama yang harus dilakukan dalam mengembangkan model SEM adalah mengembangkan sebuah model penelitian dengan dukungan teori yang kuat melalui berbagai telaah pustaka dari sumber-sumber ilmiah yang berhubungan dengan model yang dikembangkan. Tanpa dasar teoritis yang kuat, SEM tidak bisa digunakan. SEM tidak digunakan untuk mempengaruhi sebuah teori kausalitas yang sudah ada teorinya, karena dengan pengembangan sebuah teori yang berjustifikasi ilmiah merupakan syarat utama dalam menggunakan model SEM.

2. Pengembangan diagram alur (*path diagram*)

Untuk menunjukkan hubungan kausalitas (sebab-akibat) Model penelitian yang telah dibangun pada tahap pertama akan digambarkan pada sebuah *path diagram* yang akan mempermudah untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Dalam path diagram hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan sebuah hubungan kausal yang

langsung antar satu konstruk dengan konstruk yang lainnya. Sedangkan garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk-konstruk yang telah dibangun dalam path diagram yang dapat dibedakan menjadi 2 kelompok, yaitu :

- Konstruk Eksogen (*Exogenous Construct*) yang dikenal dengan *source variable* atau *independent variable* yang tidak diprediksi oleh variabel-variabel yang lain yang terdapat dalam model. Konstruk eksogen adalah konstruk yang dituju oleh garis dengan satu ujung anak panah.
  - Konstruk Endogen (*Endogenous Construct*) yang merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.
3. Konversi diagram alur ke dalam serangkaian persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran. Setelah dilakukan pengembangan dari teori/model teoritis dan digambarkan dalam sebuah diagram alur, peneliti dapat mulai mengkonversi spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan. Persamaan yang akan dibangun terdiri dari :
- Persamaan-persamaan struktural yang dibangun atas pedoman sebagai berikut :

$$\text{Variabel Endogen} = \text{Variabel Eksogen} + \text{variabel Endogen} + \text{Error}$$

- Persamaan spesifikasi model pengukuran, yaitu menentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesakan antar konstruk dan variabel. Komponen-komponen ukuran mengidentifikasi latent variabel dan komponen-komponen struktural untuk mengevaluasi hipotesis hubungan kausal. Antara latent variables pada model kausal dan menunjukkan sebuah pengujian seluruh hipotesis dari sebuah model sebagai suatu keseluruhan.
4. Pemilihan matrik input dan teknik estimasi  
SEM menggunakan input data yang hanya menggunakan matriks/kovarian atau matrik korelasi untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matriks kovarian digunakan karena memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda dan tidak dapat disajikan oleh korelasi. (Hair *et al.*, dalam Ferdinand 2006) menganjurkan bahwa jumlah sampel yang sesuai adalah berkisar antara 100 sampai dengan 200 responden.
  5. Menilai problem identifikasi  
Problem identifikasi pada dasarnya merupakan problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Salah satu solusi untuk problem identifikasi ini

adalah dengan memberikan lebih banyak konstrain pada model yang dianalisis dan ini berarti mengeliminasi jumlah *estimated coefficient*. Oleh karena itu sangat disarankan bila setiap kali estimasi dilakukan muncul problem identifikasi, maka sebaiknya model dipertimbangkan ulang antara lain dengan mengembangkan lebih banyak model konstruk.

6. Evaluasi kriteria *goodness of fit*

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Tindakan pertama yang akan dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM, yaitu ukuran sampel, normalitas dan *linearitas*, *outliers* dan *multikolinearity dan singularity*.

a. Ukuran sampel

Ukuran sampel yang harus dipenuhi adalah minimum 100 sampel dan selanjutnya dalam penelitian ini telah menggunakan sampel sebanyak 200 nasabah.

b. Normalitas dan linearitas

Sebaran data yang ada harus dianalisis untuk melihat apakah asumsi normalitas dipenuhi sehingga data dapat diolah lebih lanjut. Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data atau dapat diuji dengan metode-metode statistik. Uji normalitas ini perlu dilakukan baik untuk normalitas terhadap data tunggal maupun normalitas multivariat dimana beberapa variabel digunakan

sekaligus dalam analisis akhir. Uji linearitas dapat dilakukan dengan mengamati scatterplots dari data, yaitu dengan memilih pasangan data dan dilihat pola penyebarannya untuk menduga ada tidaknya linearitas.

*c. Outliers*

Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariat maupun multivariat, yaitu yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimiliki dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya. Dapat diadakan treatment khusus pada outliers ini asalkan diketahui bagaimana munculnya outliers tersebut.

*d. Multicollinearity and singularity*

*Multikolinearitas* dapat dideteksi dari determinan matrik kovarian. Nilai determinan matrik kovarian sangat kecil (*extremely small*) memberi indikasi adanya problem *multikoleniaritas* dan *singularitas*. Setelah itu melakukan uji kesesuaian dan uji statistik, beberapa indeks kesesuaian dan *cutt-off value* yang akan digunakan untuk menguji apakah sebuah model akan diterima atau ditolak, yaitu :

1. *Chi Square Statistic*

Model yang diuji dipandang baik atau memuaskan nilai *chi-square*nya rendah. Semakin nilai  $\chi^2$  semakin baik model itu dan

diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar  $p > 0,05$  atau  $p > 0,10$ .

## 2. *The Roots Mean Square Error of Approximation* (RMSEA).

Merupakan sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *chi-square statistic* dalam sampel yang besar.

Nilai RMSEA menunjukkan nilai *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair *et al.*, dalam Ferdinand, 2006). Nilai RMSEA yang kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model tersebut berdasarkan *degree of freedom*.

## 3. *Goodness of Fit Indeks* (GFI)

Merupakan ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah "*better fit*".

## 4. *Adjusted Goodness of Fit Indeks* (AGFI)

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90 (Hair *et al.*, 1995).

## 5. CMIN / DF

CMIN / DF adalah merupakan *The minimum sample discrepancy function* yang dibagi dengan *degree of freedomnya*.

CMIN / DF merupakan statistik *chi-square*,  $\chi^2$  dibagi Df-nya

sehingga disebut  $\chi^2$  -relatif. Nilai  $\chi^2$  – relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.

#### 6. *Tucker Lewis Indeks (TLI)*

Merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline model*, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan diterimanya sebuah model adalah  $\geq 0,90$  (Hair *et al.*, 1995) dan nilai yang mendekati 1 (satu) menunjukkan *a very good fit*.

#### 7. *Comparative Fit Index (CFI)*

Rentang nilai sebesar 0-1, dimana semakin mendekati 1 mengidentifikasi tingkat *fit* yang paling tinggi (*a very good fit*).

#### 8. *Interpretasi Modifikasi Model*

Setelah model diestimasi, nilai residual haruslah kecil atau mendekati nol (0) dan distribusi frekuensi dari kovarian residual harus bersifat simetrik. Model yang baik mempunyai *standardized residual variance* yang kecil. Angka 2,58 merupakan batas nilai *standardized residual variance* yang diperkenankan dan diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat 10 % dan menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk sepasang indikator.

**Tabel 3.1**  
**Goodness of Fit Index**  
*Goodness of Fit Index Cut-off Value*

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-Off Value</i>
$X^2$ – Chi Square	Diharapkan kecil
<i>Significance Probability</i>	$\geq 0.05$
RMSEA ( <i>The Roats Mean Square Error of Aproximation</i> )	$\leq 0.08$
GFI ( <i>Goodness of Fit Index</i> )	$\geq 0.90$
AGFI ( <i>Adjusted Goodnes of Fit Index</i> )	$\geq 0.90$
CMIN/DF ( <i>The Minimun Sample Discrepancy/Degree of Freedom</i> )	$\leq 2.00$
TLI ( <i>Tucker Lewis Index</i> )	$\geq 0.90$
CFI ( <i>Comparative Fit Index</i> )	$\geq 0.90$

Sumber : Ferdinand (2006)

7. Uji Signifikansi Model / Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilihat dari tingkat signifikansi hubungan kausalitas antar variabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika probabilitas  $\leq 0,05$ , maka terdapat pengaruh secara signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Jika probabilitas  $> 0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh secara signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen.