

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan Sumber Data

Tempat : Bank BPD DIY Cabang Utama yang berlokasi di Jl. Tentara pelajar no.1 Yogyakarta

Sumber data : Responden yaitu para nasabah Bank BPD DIY Cabang Utama

#### 3.2. Populasi dan Sampel

##### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari obyek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah Bank (penabung atau pengambil kredit) Bank Pembangunan Daerah DIY Cabang Utama Yogyakarta.

##### b. Sampel

Merupakan bagian dari populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu: pengambilan elemen-elemen yang dimaksud dalam sampel dilakukan dengan sengaja dengan catatan bahwa sampel tersebut harus representatif atau mewakili populasi, dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang responden.

Penentuan jumlah sampel :

Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, dapat digunakan rumus solvin ( Husain Umar 2002 ) sebagai berikut:

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

dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = ketidaktepatan karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{30.000}{1 + 30.000 (0,1)^2} = \frac{30.000}{301} = 99,667$$

Kesimpulan besarnya sampel minimal adalah : 99,667

dibulatkan = 100

### 3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional variabel penelitian

#### 3.3.1. Variabel Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu *reability*, *responsiveness*, *assurances*, *emphaty* dan *tangibles*

### 3.3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

#### 1. Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah ialah baik tidaknya nilai yang diberikan nasabah terhadap pelayanan jasa bank yang sesuai atau tidak sesuai dengan harapan nasabah.

Diukur melalui persepsi nasabah mengenai kepuasan nasabah yang dirasakan, ini tercermin dari jawaban atas tingkat kepentingan dengan tingkat pelaksanaan

#### 2. Realibility

Realibility ialah kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan.

Diukur dengan menggunakan indikator-indikator, yaitu kecepatan petugas, keramahan, kecepatan.

#### 3. Responsiveness

Responsiveness ialah kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.

Diukur dengan menggunakan indikator-indikator, yaitu membantu menangani keluhan, respon menjawab pertanyaan.

#### 4. Assurance

Assurance ialah kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.

Diukur dengan menggunakan indikator-indikator, yaitu kemampuan berkomunikasi, akurat, bebas dari bahaya, kesopanan dan dapat dipercaya.

#### 5. Emphaty

Emphaty ialah kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi dengan baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

Diukur dengan menggunakan indikator-indikator, yaitu tanpa melihat status pelayanan, pelayanan yang obyektif.

#### 6. Tangibles

Tangibles ialah fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Diukur dengan menggunakan indikator-indikator, yaitu kenyamanan ruang tunggu, kebersihan, fasilitas fisik, perlengkapan, parkir motor, komputer, WC dan taman.

### 3.4.1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data sering dilakukan secara langsung dilapangan dengan menggunakan metode :

#### 1. Survei lapangan

dengan angket dan wawancara

## 2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data primer dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan-kegiatan perusahaan sehingga dapat diperoleh gambaran sesungguhnya.

## 3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data skunder dengan cara mempelajari buku-buku keperustakaan dari sumber yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

### 3.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk menguji item-item pertanyaan yang relevan untuk dianalisis, yang dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total. Skor total adalah skor yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor pertanyaan. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi product moment dari pearson, yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{\sum(x)\sum(y)}{n}}{\sqrt{\left[ \sum x^2 - \frac{\sum(x^2)}{n} \right] \left[ \sum y^2 - \frac{\sum(y^2)}{n} \right]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = korelasi skor item dengan skor total

$x$  = skor item

y = skor total

n = jumlah sampel

Syarat-syarat yang ditetapkan untuk menyatakan bahwa setiap pertanyaan adalah valid yaitu dengan membandingkan antara hasil perhitungan  $r_{xy}$  dengan tabel nilai kritisnya, dalam hal ini digunakan  $\alpha=0,05$ , dari tabel r (pada lampiran), untuk  $df$ =jumlah kasus -2, atau dalam kasus ini  $df = 100 - 2 = 98$ , tingkat signifikansi 5% didapat dengan cara interpretasi sebagai berikut :



$$\frac{x - 0.165}{-0.048} = \frac{38}{60}$$

$$x - 0.165 = \frac{38}{60}(-0.048)$$

$$x - 0.165 = -0.0304$$

$$x = -0.0304 + 0.165$$

$$x = 0.1346$$

Shingga didapatkan nilai r tabel = 0.1346 dan disini pengujian dilakukan satu arah, karena hipotesis menunjukkan arah tertentu yaitu positif.

## b. Uji Reliabilitas

Uji ini hanya dapat dilakukan pada pertanyaan-pertanyaan yang valid. Dalam penelitian ini menggunakan koefisien  $\alpha$  (*alpha*) dengan pertimbangan bahwa kuisioner adalah non dikotomi dan koefisien alpha merupakan formula dasar dalam pendekatan konsistensi internal dan merupakan estimasi yang baik terhadap reliabilitas pada banyak situasi pengukuran. Adapun rumus koefisien  $\alpha$  adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{2[Sx^2 - (Sy^2 - Sy2^2)]}{Sx^2}$$

Keterangan:

$Sx^2$  = varians skor subjek pada keseluruhan tes x

$Sy_j^2$  = varians skor subjek pada bagian  $y_j; j = 1,2$

$\alpha$  = koefisien reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas tidak terdapat suatu angka mutlak yang harus dipenuhi agar alat pengukur data dapat dikatakan handal. Disini

## 5. Metode analisis data

### a. Analisis diskriptif

Merupakan analisis yang menggambarkan kondisi responden berdasarkan karakteristiknya serta kondisi pada objek yang akan diteliti.

### b. Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan

#### 1. Penilaian untuk tingkat kepentingan

- Sangat penting = 5

- Penting = 4
- Cukup penting = 3
- Tidak penting = 2
- Sangat tidak penting = 1

## 2. Penilaian untuk pelaksanaan/kinerja pelayanan

- Sangat baik = 5
- Baik = 4
- Cukup baik = 3
- Tidak baik = 2
- Sangat tidak baik = 1

Untuk memberikan interpretasi rata-rata tingkat kepentingan dan pelaksanaan perlu dihitung skala masing-masing sebagai berikut:

Tabel 3.1

Tingkat Kepentingan					Tingkat Pelaksanaan				
SP	P	CP	TP	STP	SB	B	CB	TB	STB
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

Untuk menentukan besarnya interval kelas maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus statistik diskriptif (Zaenal Mustofa, 1998) sbb:

$$I = \frac{\text{Jarak / range}}{\text{Banyaknya Kelas}}$$

Dimana : I = interval

Range/jarak = selisih antara angka terbesar dengan terkecil dari kelompok data.



Diketahui:

Nilai terendah = 1

Nilai tertinggi = 5

Interval antar kelas =  $(5 - 1) : 5 = 0,8$

Tingkat kesesuaian responden adalah hasil pertanyaan skor penilaian kerja jasa pelayanan dengan skor penilaian kepentingan. Tingkat kesesuaian responden inilah yang akan menentukan urutan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 3.2

Interval Kelas	Skala	
1,00 – 1,79	STP	STB
1,80 – 2,59	TP	TB
2,60 – 3,39	CP	CB
3,40 – 4,19	P	B
4,20 – 5,00	SP	SB

c. Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian responden adalah hasil pertanyaan skor penilaian kerja jasa pelayanan dengan skor penilaian kepentingan. Tingkat kesesuaian responden inilah yang akan menentukan urutan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

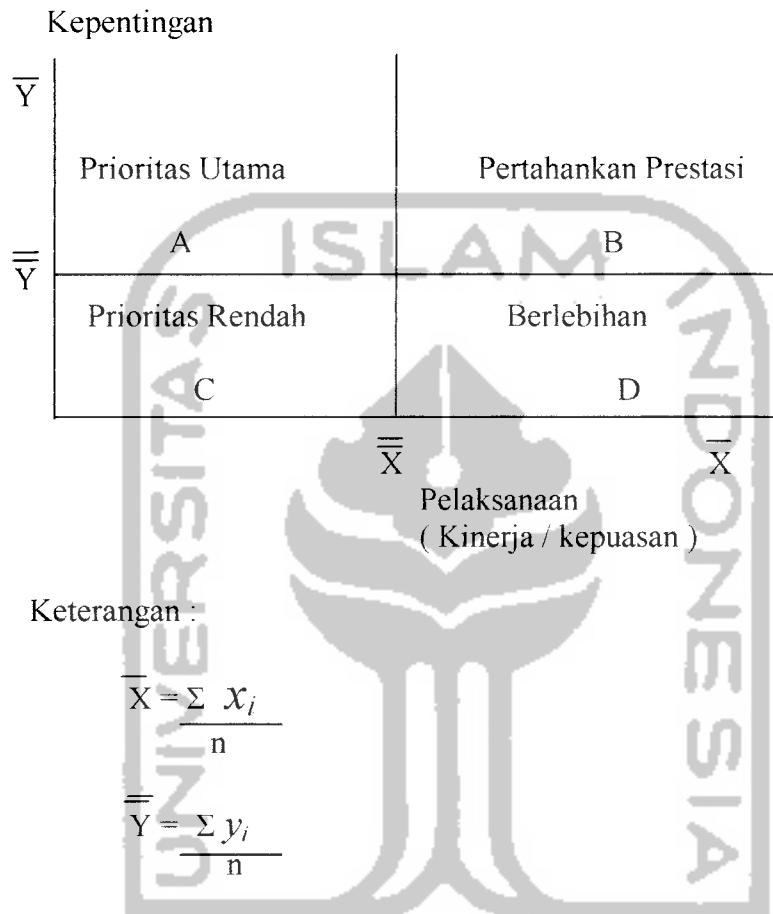
Keterangan:

Tki = tingkat kesesuaian responden

$X_1$  = skor penilaian kinerja pelanggan

$Y_1$  = skor penilaian kepentingan pelanggan

### 3.4.3. Customer Windows



Jendela pelanggan membagi karakteristik produk keempat kuadran diatas yaitu:

- a. Pelanggan menginginkan karakteristik itu, tapi ia tidak mendapatkannya.
- b. Pelanggan menginginkan karekteristik itu, dan ia mendapatkannya.
- c. Pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu, tetapi ia mendapatkannya.
- d. Pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu dan ia tidak mendapatkannya.

**Keterangan:**

- A. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun pihak manajemen belum melaksanakan sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan/tidak puas
- B. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

