

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional dan Skala Variabel

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu penelitian. (Arikunto 2013: 99). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitian meliputi variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas adalah variabel yang tidak dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Dan yang dimaksud variabel independen di sini adalah Kepercayaan (X_1), Emphaty (X_2) dan Komunikasi (X_3).
2. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dimana variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas nasabah (Y).

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2012: 69) definisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang diukur. Variabel dalam penelitian ini adalah:

3.1.1. Kepercayaan (X1),

Gwinner, Gremler dan Bitner (2013: 104) menggambarkan manfaat kepercayaan sebagai perasaan menurunnya kecemasan, kepercayaan, dan kepercayaan diri pada penyedia jasa. Indikator kepercayaan.

1. Pelayanan yang dapat dipercaya
2. Menjaga kepercayaan dengan pelanggan
3. Selalu menjaga kejujuran seluruh pimpinan dan karyawan setiap

berinteraksi dengan pelanggan.

3.1.2. Emphaty (X2),

Emphaty adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan berkomunikasi dengan baik, dan memahami kebutuhan para konsumen, (Tjiptono, 2013) Indikator Emphaty terdiri dari:

1. Cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen
2. Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap konsumen
3. Dapat berkomunikasi yang baik dengan konsumen

3.1.3. Komunikasi (X3),

Onong Uchjana Effendy (2013) yang menyatakan bahwa: Komunikasi adalah hubungan antara komunikator dengan seorang komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap relatif efektif dalam hal upaya mengubah sikap: pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis, berupa percakapan. Indikator-indikator komunikasi adalah:

1. Pemahaman.
2. Kesenangan
3. Pengaruh pada sikap.
4. Hubungan yang makin baik.
5. Tindakan

3.1.4. Loyalitas (Y)

Loyalty programs juga disebut frequency marketing: rogram yang mendorong repeat buying (pembelian ulang) melalui program formal dan pendistribusian atau penyaluran keuntungan (Winer 2013)

Indikator loyalitas ialah:

1. Membangun relasi kerja berdasarkan asas kejujuran
2. Menjaga kualitas produk yang ditawarkan agar pelanggan merasa puas
3. Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.
4. Tanggap terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.

3.2. Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari responden dengan menggunakan metode kuesioner dan wawancara. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dalam penelitian ini, meliputi:

- a. Tanggapan responden mengenai kepercayaan, empathy dan komunikasi nasabah Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara.
- b. Tanggapan responden mengenai loyalitas nasabah Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara.

3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari literatur yang berupa teori-teori yang digunakan dalam penelitian. Data sekunder, meliputi:

- a. Keterangan-keterangan dari pihak Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara dan pihak-pihak yang terkait.
- b. Teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari literatur.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan wilayah individu, obyek gejala atau peristiwa untuk suatu generalisasi atau suatu kesimpulan yang dikenakan (Sutrisno Hadi, 2013: 53). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara sebanyak 1.712 orang.

3.3.2. Sampel

Sampel menurut S. Nasution (2013: 86) adalah memilih sejumlah tertentu dari keseluruhan populasi, bila populasi terlampau besar maka dapat diambil sejumlah sampel yang representatif, yaitu, yang mewakili keseluruhan populasi.

Cara pengambilan sampel menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N e^2} \\
 &= \frac{1.712}{1 + 1.712 (10\%)^2} \\
 &= \frac{1.712}{1 + 1.712 (0,01)} \\
 &= \frac{1.712}{18,12} \\
 &= 93,48 \text{ (dibulatkan 93)}
 \end{aligned}$$

Dimana:

n = Responden
 N = Jumlah Populasi
 e = Tingkat kesalahan

Jadi berdasarkan rumus diatas dapat diambil sampel dari populasi yang diketahui, sebanyak 93 orang responden yang dianggap respresentatif atau mewakili populasinya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposave sampling. Pengambilan kuesioner ini dipilih kepada mitra dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berjenis Kelamin Wanita.
2. Usia responden diatas 17 tahun dan telah menikah.
3. Memiliki pendapatan dibawah Rp. 5.000.000 per bulan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam mengumpulkan informasi menyangkut karakteristik atau sifat dari elemen-elemen yang menjadi obyek penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden yaitu pegawai yang bekerja pada perusahaan tersebut.

2. Wawancara (*Interview*) yaitu metode mengumpulkan data dengan cara tanya jawab kepada responden yaitu pegawai yang bekerja pada perusahaan tersebut.
3. Literatur adalah metode yang dilakukan dengan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang menjadi obyek penelitian.

3.5. Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. *Editing* yaitu metode mengoreksi kesalahan yang ada dari jawaban responden.
2. *Coding* yaitu proses memberikan kode tertentu terhadap aneka ragam jawaban dari kuesioner untuk dikelompokkan dalam kategori yang sama.
3. *Tabulating* yaitu pengelompokan atas jawaban dengan teliti dan terarah kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam tabel.
4. *Scoring* yaitu kegiatan yang berupa pemberian nilai atau harga yang berupa angka pada jawaban untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesis.

3.6. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan analisis data secara kuantitatif, jadi setelah data terkumpul dan diklasifikasi, kemudian ditabulasikan untuk memudahkan

suatu teknik penghitungan data sesuai dengan permasalahan yang diungkapkan dalam penelitian ini.

Analisis kuantitatif adalah analisis data yang berwujud angka dengan menggunakan tehnik-tehnik perhitungan sehingga hipotesisnya dapat diuji. Untuk perhitungan analisis kuantitatif dalam penelitian ini: penulis lakukan dengan menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS. 18. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} terhadap nilai r_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilainya positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6.

2. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana: Y : Loyalitas

α_0 : Konstanta

β : Koefisien regresi parsial

X_1 : Kepercayaan

X_2 : Empaty

X_3 : Komunikasi

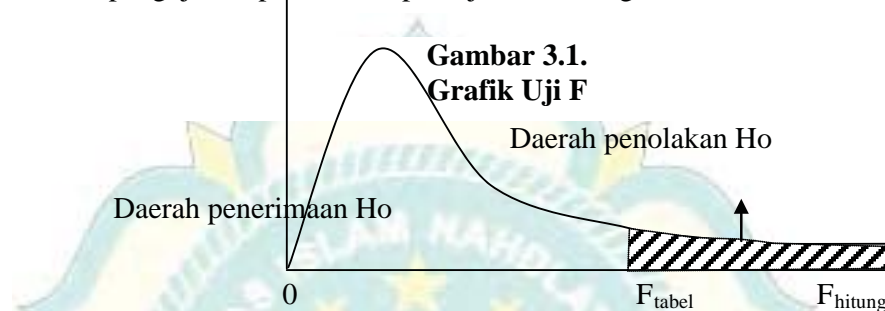
3. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah kelima variabel tersebut secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan dengan kepuasan konsumen. Langkah-langkah pengujian terhadap koefisien regresi adalah sebagai berikut:

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan, empaty dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara.
2. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, ada pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan, empaty dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara.

3. Dalam pengujian ini digunakan taraf signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan $(d.f) = (k-1, n-k, \alpha)$, dapat diketahui dari hasil perhitungan komputer program SPSS 18.
4. Kesimpulan yang diambil adalah Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima, dengan f_{tabel} derajat kebebasan $= (k-1, n-k, \alpha)$.

Hasil pengujian hipotesis F dapat dijelaskan dengan Gambar 3.1.



4. Uji Parsial (Uji t)

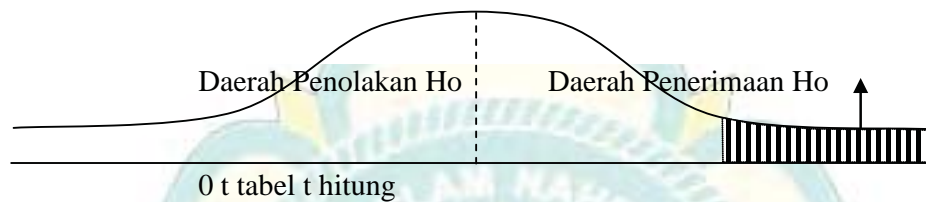
Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen kepercayaan, empathy dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara. Langkah-langkah pengujian terhadap koefisien regresi adalah sebagai berikut:

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan, empathy dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara.
2. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \geq 0$, ada pengaruh positif signifikan antara variabel kepercayaan, empathy dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara.

3. Dalam pengujian ini digunakan taraf signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan $(d.f) = n - k$, dapat diketahui dari hasil perhitungan komputer program SPSS 18.
4. Kesimpulan yang diambil adalah Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Hasil pengujian hipotesis t dapat dijelaskan dengan Gambar 3.2.

Gambar 3.2.
Grafik Uji t



5. Koefisien Determinasi

Untuk mengukur kebenaran penggunaan model analisis regresi digunakan koefisien determinasi (R^2). R^2 merupakan ukuran ikhtisar yang menyatakan seberapa baik garis regresi sampel sesuai dengan data yang dibentuk dalam formula atau persamaan regresi, jika nilai R^2 mendekati angka 1 maka dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut bisa dibenarkan. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya pengaruh dari variabel dari X_1 , X_2 , dan X_3 , terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dapat dinyatakan pula dalam prosentase.