

# **BAB III**

## **METODA PENELITIAN**

### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan SPSS 25. Peneliti juga percaya bahwa keterlibatan yang dalam dengan objek penelitian membuat data yang dikumpulkan lebih dalam. Pengambilan data secara langsung, bertatap muka, menggunakan teknik pengumpulan data primer seperti kuesioner dan observasi.

### **3.2. Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1. Populasi penelitian**

Menurut Morissan (2012:109) populasi dapat didefinisikan sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan. Sedangkan menurut Sugiyono (2014:80) Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek/obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dimaksud disini adalah nasabah Tabungan Monas PT Bank DKI Cabang Utama Balaikota dari tahun 2017-2018 yang berjumlah 4286 nasabah.

#### **3.2.2. Sampel penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2012: 118). Sampel penelitian ini hanya sebagian dari subjek atau objek penelitian yang dipilih dan dianggap mewakili keseluruhan dari nasabah PT Bank DKI maka dalam penelitian ini sampel yang diambil berjumlah 98 nasabah.

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus formula Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$
$$n = \frac{4286}{1 + 4286 (0.10)^2}$$
$$n = \frac{4286}{43,86}$$
$$n = 97,72 = 98$$

Keterangan :

N = Jumlah nasabah di PT Bank DKI.

e = Tingkat kesalahan/error penarikan sampel yang di tentukan oleh penulisan 10%.

n = Jumlah sampel yang akan di teliti

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Sumber data dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder.

#### a. Data primer

Merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu : (1) metode observasi, (2) metode wawancara dan (3) metode kuesioner.

#### b. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder dalam penelitian ini berupa catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (dokumen) di Customer Service (CS) dan Teller.

Metoda yang dipergunakan untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan observasi, yaitu untuk melihat seberapa jauh hubungan antar variabel.

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila penelitian tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

### **3.4. Operasionalisasi Variabel**

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam analisis penelitian. Secara lebih rinci, variabel penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

VARIABEL (1)	KONSEP (2)	INDIKATOR (3)	SKALA (4)	No. Pertanyaan
Kualitas Produk ( $X_1$ ) <i>Fandy Tjiptono</i>	Suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk.	1. <i>Perfomance</i> (Kinerja): karakteristik operasi pokok dari produk inti ( <i>core product</i> ) yang dibeli.	Rasio	1
		2. <i>Features</i> (Fitur): karakteristik sekunder atau pelengkap.		2
		3. <i>Reliability</i> (Keandalan): kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.		3
		4. <i>Conformance to Specifications</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi): sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.		4
		5. <i>Durability (Daya Tahan)</i> : berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.		5
		6. <i>Serviceability</i> : kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi: serta penanganan keluhan secara memuaskan.		6
		7. <i>Aesthetics</i> (Estetika): daya tarik produk terhadap panca indera.		7
		8. <i>Perceived quality</i> (kesan kualitas): persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.		8

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan

VARIABEL (1)	KONSEP (2)	INDIKATOR (3)	SKALA (4)	No. Pertanyaan
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> ) <i>Fandy Tjiptono</i>	Suatu keadaan dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan.	1. <i>Tangible</i> (Bukti Langsung): fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.	Rasio	1, 2
		2. <i>Reliability</i> (Keandalan): kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.		3, 4
		3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap): keinginan para staff untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.		5, 6
		4. <i>Assurance</i> (Jaminan): mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.		7, 8
		5. <i>Emphaty</i> (Empati): memberikan perhatian yang tulus dan bersifat prijadi kepada konsumen, untuk mengetahui keinginan konsumen secara spesifik dan akurat.		9, 10

**Tabel 3.3**

**Operasionalisasi Variabel *Personal Selling***

<b>VARIABEL (1)</b>	<b>KONSEP (2)</b>	<b>INDIKATOR (3)</b>	<b>SKALA (4)</b>	<b>No. Pertanyaan</b>
<i>Personal Selling</i> (X <sub>3</sub> ) <i>Philip Kotler &amp; Keller</i>	Interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan.	1. Pendekatan: mengetahui bagaimana cara untuk menemui dan menyapa pembeli serta menjalin hubungan untuk merintis awalan yang baik. Langkah ini melibatkan penampilan karyawan, kata-kata pembukaan, dan penjelasan lanjutan.	Rasio	1, 2
		2. Presentasi: menjelaskan produk secara terperinci dan menggali kebutuhan pembeli.		3, 4
		3. Menangani keberatan: meminta pembeli untuk menjelaskan keberatan, menggunakan keberatan sebagai peluang untuk memberikan informasi lebih banyak, dan mengubah keberatan menjadi alasan untuk membeli.		5,6
		4. Menutup penjualan: menutup penjualan.		7, 8
		5. Tindak lanjut dan pemeliharaan: untuk memastikan kepuasan pembeli dan pembelian ulang		9, 10

**Tabel 3.4**

**Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian**

<b>VARIABEL (1)</b>	<b>KONSEP (2)</b>	<b>INDIKATOR (3)</b>	<b>SKALA (4)</b>	<b>No. Pertanyaan</b>
Keputusan Pembelian (Y) <i>Philip Kotler</i>	Suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternative penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk: pembeli dapat mengambil keputusan untuk membeli suatu prosuk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.</li> <li>2. Pilihan merk: pembeli harus memutuskan merk mana yang akan dipilih.</li> <li>3. Pilihan saluran distribusi: cara mana yang akan digunakan untuk melakukan pembelian.</li> <li>4. Waktu pembelian: pemilihan waktu pembelian.</li> <li>5. Jumlah pembelian: berapa banyak produk yang akan dipesan.</li> <li>6. Metode pembayaran: cara pembayaran produk yang akan dibeli.</li> </ol>	Rasio	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p>

### **3.5. Metoda Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2014:238) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

Menentukan teknik analisis data merupakan salah satu tahap integrasi dalam metode penelitian. Dengan menggunakan metode kuantitatif, hasil kuesioner yang telah diisi para responden kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik. Analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesa yang telah diajukan. Hasil penelitian, seluruhnya data diinterpretasikan dan ditarik kesimpulannya.

#### **3.5.1. Uji validitas**

Menurut Sugiyono (2014:203) instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Sebelum kuesioner dibagikan kepada responden sesungguhnya, untuk menguji bahwa instrument yang telah kita buat valid maka diuji terlebih dahulu kepada responden diluar responden sesungguhnya.

#### **3.5.2. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2014:203) instrument yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Hasil penelitian yang reliable bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur instrument yang merupakan indicator dari variable yang dilakukan secara berulang-ulang dan bila hasilnya sama maka instrument tersebut handal atau valid. Untuk uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS, yakni dengan uji Statistic Cronbach Alpha.

Menurut Imam Ghozali (2013:47), realibilitas sebenarnya adalah alat untuk



mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan realibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau *reliable* hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam penelitian teknik mencari reliabilitas menggunakan rumus alpha dengan perhitungan melalui SPSS. Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dinyatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60.

Cara perhitungan reliabilitas suatu data yaitu menggunakan *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{K \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

$\alpha$  : Konfisiensi Reliabilitas

K : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

r : Rata-rata korelasi antar item

Ukuran reliabilitas adalah :

- apabila nilai  $\alpha > 0,60$  maka item pertanyaan X tersebut dapat dinyatakan reliabel.
- apabila nilai  $\alpha < 0,60$  maka item pertanyaan X tersebut dapat dinyatakan tidak reliabel.

### 3.5.3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi. Besarnya nilai adjusted  $R^2$  sebesar 0.768 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar

76.8%. Jadi model cukup baik. Sedangkan sisanya 23.2% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi (Imam Ghozali, 2013:97).

Koefisien determinasi disebut dengan koefisien penentu, karena varian yang terjadi pada variabel independen dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variabel independen, sebagai ilustrasi dimisalkan  $r^2$ . Adalah 85% hal ini berarti bahwa varian yang terjadi pada variabel independen sebesar 85% dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variabel independen. Sedangkan yang 15% oleh faktor-faktor lain.

#### **3.5.4. Pengujian Hipotesis**

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari goodness of fit nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai statistik t dan nilai statistik F. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik, apabila uji nilai statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya, disebut tidak signifikan bila uji nilai statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

##### **1) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji - t)**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi variabel independen secara individu terhadap variabel dependennya. Adapun hipotesis pada uji t ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$  (tidak terpengaruh)

$H_1 : \beta_1 \neq 0$  (berpengaruh)

Jika nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh secara individu variabel independen terhadap variabel dependennya, begitu juga sebaliknya. Disamping melihat t hitung, dapat juga dilihat nilai probabilitas. Pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas adalah sebagai berikut : Jika probabilitas  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, dan Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

## 2) Uji Signifikansi (Uji – F)

Pengujian signifikansi model menggunakan uji F. Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan model secara manual dirumuskan dengan uji kebermaknaan koefisien determinasi dengan statistik uji F sebagai berikut :

$$F = \frac{(n - k - 1)R^2yx_k}{k(1 - R^2yx_1)}$$

Keterangan :

$n = \sum$  sampel

$k = \sum$  observasi independen,  $R^2yx_k = R$  Square

dimana k menunjukkan banya variabel penyebab dalam model yang dianalisis, n menunjukkan ukuran sampel. Hipotesis statistiknya dirumuskan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$

$H_1 : \beta_1 \neq 0$

Jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka  $H_0$  ditolak, demikian juga sebaliknya.