

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif, yaitu strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel *eksogen* atau lebih terhadap variabel *endogen*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh yaitu kualitas pelayanan (X_1), dan Citra Perusahaan (X_2) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y) melalui Kepuasan Nasabah (Z).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80), definisi populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BCA Finance Mobil Bekas Cabang Harapan Indah Kota Bekasi sebanyak 950 nasabah.

3.2.2. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Dalam penelitian ini Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* artinya karakteristik responden telah ditentukan oleh peneliti. Dalam menentukan sampel ada pertimbangan kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel tersebut adalah nasabah yang tidak mempunyai keterlambatan lebih dari 15 hari diseluruh pinjaman Bank BCA.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel yang dicari
- N = Jumlah populasi
- e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 5%. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan e sebesar 5% dan dengan tingkat keyakinan sebesar 95%.

Adapun perhitungan dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{950}{1 + 950(0,05)^2}$$

n = 281,481 dibulatkan menjadi 282 responden

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak minimal 282 responden.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data responden diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah melalui kepuasan nasabah pada PT. BCA Finance. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuisioner yang berisi daftar pernyataan kepada nasabah.

3.3.2. Sumber Data

Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penyusunan penelitian ini maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap nasabah di PT. BCA Finance cabang Harapan Indah Kota Bekasi yang terletak di Jalan Ruko Mega Boulevard RV 2 No. 1 Medan Satria, Pejuang, Bekasi yang merupakan sumber data dalam penelitian ini.

3.3.3. Periode Data

Dalam penelitian ini periode data yang akan diambil yaitu dalam jangka waktu 1 bulan pada Juli 2019 kepada seluruh nasabah yang tidak mempunyai keterlambatan lebih dari 15 hari.

3.3.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu riset kepustakaan dan penjelajahan informasi di internet dan studi lapangan dengan menyebarkan kuesioner guna memperoleh data. Sedangkan jenis data yang dikumpulkan terdapat dua jenis data Menurut Asep Hermawan (2011:168), yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kasual dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey dan observasi seperti berikut :

- a. Riset kepustakaan (*Library Research*) dan Penjelajahan Internet Data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan studi kepustakaan yaitu mengadakan penelitian dengan membaca literatur- literatur dan sumber lainnya yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Sumber data ini diperoleh melalui buku, jurnal, majalah, dan data data yang diperoleh dari internet. Melalui studi kepustakaan ini, peneliti berharap dapat memperoleh data dan informasi yang lebih mendalam yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

b. Studi Lapangan (*Field Research*)

Yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan instrument-instrument penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet *website*, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri menyajikan data sekunder lain.

Adapun instrumen atau alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik survey. Menurut Sunyoto (2014:19) survei merupakan metode yang digunakan secara luas khususnya dalam riset pemasaran. Informasi dikumpulkan dengan menanyai orang melalui daftar pertanyaan yang terstruktur. Survei bertujuan untuk meliputi banyak orang sehingga hasil survey dianggap dapat mewakili populasi atau merupakan generalisasi. Adapun alat pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

Kuesioner, yaitu penelitian digunakan dengan mengumpulkan data-data mengenai persepsi dan preferensi nasabah. Kuesioner dilakukan terhadap aktivitas nasabah PT. BCA Finance cabang Harapan Indah Kota Bekasi

3.4. Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1. Indikator Kualitas Pelayanan (X₁)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Berwujud (Tangible)	Tampilan <i>Website</i> didesain secara jelas, menarik, dan informatif.	1
		Petunjuk dalam mBCA mudah dipahami	2
	Keandalan (Reliability)	Akurasi informasi dan transaksi perbankan	3
		Kecepatan dalam melayani nasabah	4
	Empati (Emphaty)	Perhatian kepada nasabah	5
		Komunikasi yang baik	6
	Daya Tanggap (Responsiveness)	Kecepatan merespon keluhan nasabah	7
		Tanggap untuk membantu pelanggan	8
	Jaminan (Assurance)	Pengetahuan karyawan tentang produk yang ditawarkan	9
		Keramahan pegawai	10

Sumber : Kotler dan Keller (2012:294)

Tabel 3.2. Indikator Citra Perusahaan (X₂)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Citra Perusahaan (X ₂)	<i>Personality</i>	Nasabah percaya terhadap Produk BCA Finance	1
		melakukan CSR di lingkungan masyarakat	2
	<i>Reputation</i>	Kualitas Produk BCA Finance lebih baik dibanding produk lain	3
	<i>Value</i>	Produk BCA Finance sudah di kenal sejak dulu	4
	<i>Corporate Identity</i>	Logo BCA Finance mudah di ingat	5
		Lokasi yang dipilih menciptakan tersedianya akses yang cepat dan menarik	6

Sumber : Shirley Horrison dalam Kinorika Dewi (2010:113)

Tabel 3.3. Indikator Kepuasan Nasabah (Z)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kepuasan Nasabah (Z)	Kualitas Produk	Manfaat Produk bagi nasabah	1
		Masing-masing produk memiliki tingkat kinerja terbaik	2
	Kualitas Pelayanan	Kecepatan dan ketepatan pelayanan	3
		Karamahan	4
	Emosional	Kesenangan dan kebahagiaan nasabah	5
		Ketertarikan atau minat nasabah	6
		Kecintaan dan kebanggaan memakai produk yang ditawarkan	7

Sumber : Irawan (2011:33)

Tabel 3.4. Indikator Kepercayaan Nasabah (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	
Kepercayaan Nasabah (Y)	Kepercayaan objek – atribut	Sistem Mobile banking dilengkapi dengan keamanan yang canggih sehingga pihak bank menjamin kerahasiaan dalam bertransaksi	1	
		produk BCA Finance mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.	2	
	Kepercayaan atribut-manfaat	Mempunyai Kesan yang baik terhadap pelayanan BCA Finance	3	
		Kepercayaan objek - manfaat	BCA Finance memberikan kemudahan dalam bertransaksi	4
			memberikan informasi mengenai produk dan jasanya di website BCA Finance	5

Sumber : Sangadji dan Sopiah (2013:2012)

3.5. Metode Analisis Data

Data yang terkumpul dari kuesioner ditabulasi, selanjutnya diolah. Untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, peneliti menggunakan *software* spss (*Statistical Program For Microsoft Scinences*) versi 24.0, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. Data disajikan dalam bentuk tabel dengan tujuannya agar data mudah dibaca dan dimengerti.

3.5.1. Unit – unit Analisis Penelitian

Dalam penelitian ini, unit analisis penelitiannya adalah individu yang menjadi nasabah di PT. BCA Finance cabang Harapan Indah Kota Bekasi. Unit-unit analisis penelitian ini berguna untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah melalui kepuasan nasabah pada PT. BCA Finance cabang Harapan Indah Kota Bekasi.

3.5.2. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian ini diukur dengan skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Variabel yang diukur, dijabarkan ke dalam beberapa indikator, dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner.

Dalam instrument penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data berupa kuesioner. Instrument penelitian saya disusun dari sub indikator kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah melalui kepuasan nasabah, dalam pernyataan dengan 4 (empat) alternatif jawaban. Dalam pernyataan digunakan skala *likert*. Setiap jawaban responden diberi skor dan jumlah skor yang menunjukkan positif atau negatif.

Kuesioner yang digunakan sangat pribadi dan bersifat rahasia, terdapat juga pilihan jawaban dengan skor tertentu. Dimana jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti tabel berikut ini.

Tabel 3.4. Bobot Nilai Skala Likert

No.	Alternatif/Jawaban	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Dari tabel diatas semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk setiap faktor, menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap kinerja. Sedangkan variabel - variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator, ini akan dijadikan untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan dalam sebuah kuesioner. Untuk dapat menetapkan indikator- indikator dari setiap variabel yang diteliti, maka diperlukan wawasan yang luas dan mendalam tentang variabel yang diteliti, dan teori-teori yang mendukungnya

3.5.2.1. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian (kuisisioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuisisioner perlu dilakukan pengujian atas kuisisioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuisisioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (kuisisioner).

1. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2013 : 211), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor

dengan metode *Construct Validity* dengan menggunakan metoda korelasi sederhana. Menurut Sugiyono (2017: 126), apabila hasilnya sebesar 0,30 atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat memiliki validitas konstruksi yang baik.

Pertanyaan-pertanyaan dikatakan valid apabila r hitung lebih besar atau sama dengan 0,30 jika r hitung kurang dari 0,30, maka butir-butir pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid atau sah (Sugiyono, 2017: 183).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2013 : 203), reliabilitas merupakan alat untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Teknik ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak. Teknik pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan one shot atau pengukuran sekali saja, kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS Versi 24.0 dengan teknik uji *alpha cronbach*, suatu variabel dikatakan reliabel, apabila : Hasil Alpha Cronbach $> 0,60$ = reliabel, jika hasil Alpha Cronbach kurang dari 0,60, maka tidak reliabel.

3.5.3. Alat Analisis Statistik Data

Analisis statistik data yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian adalah analisis analisis jalur (*Path Analysis*). Dalam analisis jalur pengaruh variabel *eksogen* terhadap variabel *endogen* dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct dan indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan model regresi biasa yang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hanya berbentuk langsung.

Selain itu, analisis jalur merupakan suatu metode yang digunakan pada model kausal yang telah dirumuskan peneliti atas dasar pertimbangan-pertimbangan teoritis dan pengetahuan tertentu. Dengan kata lain analisis jalur

memiliki kegunaan untuk mengecek atau menguji model kausal yang diteorikan dan bukan menurunkan teori kausal tersebut.

Persamaan struktural atau juga disebut model struktural yaitu apabila setiap variabel terikat/*endogen* (Y) secara unik keadaannya ditentukan oleh seperangkat variabel bebas/*eksogen* (X). Selanjutnya gambar yang memperagakan struktur hubungan kausal antar variabel disebut diagram jalur (*Path Diagram*). Secara sistematis, analisis jalur mengikuti pola model struktural, sehingga langkah awal untuk mengerjakan atau penerapan model analisis jalur yaitu dengan merumuskan persamaan struktural dan diagram jalur.

1. Persamaan Struktural

Persamaan struktural merupakan persamaan yang menjelaskan hubungan variabel *eksogen* X_1 , X_2 terhadap variabel *endogen* Y dan Z. Untuk lebih jelasnya maka digambarkan diagram jalur untuk model struktural 1 dan model struktural 2 sebagai berikut:

Persamaan struktural 1:

$$Y = \alpha + \beta_{YX1} X_1 + \beta_{YX2} X_2 + \beta_{ZY} Z + \varepsilon_1$$

Persamaan struktural 2:

$$Z = \alpha + \beta_{ZX1} X_1 + \beta_{ZX2} X_2 + \beta_{ZY} Z + \varepsilon_2$$

Keterangan:

a = Konstanta

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Citra Perusahaan

Y = Kepercayaan Nasabah

Z = Kepuasan Nasabah

β_1 = Koefisien Jalur 1 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepercayaan (Y)

β_2 = Koefisien Jalur 1 Pengaruh Citra Perusahaan (X_2) Terhadap Kepercayaan (Y)

β_3 = Koefisien Jalur 1 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Z)

β_4 = Koefisien Jalur 1 Pengaruh Citra Perusahaan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Z)

β_5 = Koefisien Jalur 1 Pengaruh Kepuasan Nasabah (Z) Terhadap Kepercayaan (Y)

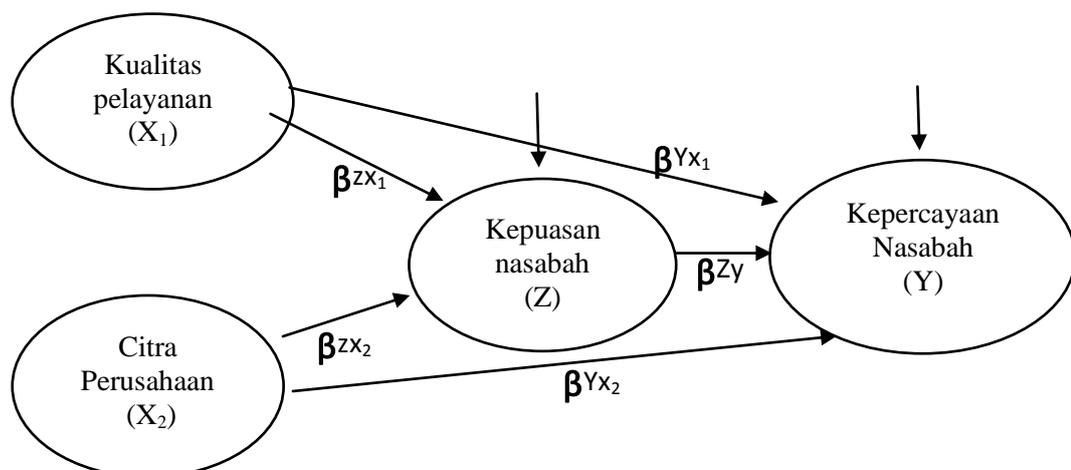
ε_1 = Error model Struktur 1

ε_2 = Error model Struktur 2

2. Diagram Jalur (*Path Diagram*)

Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis, struktur hubungan kualitas antar variabel *eksogen*, dan variabel *endogen*. Untuk mempresentasikan hubungan kualitas diagram jalur menggunakan simbol anak panah berkepala satu (*single headed arrow*), ini mengindikasikan adanya pengaruh langsung antara variabel *eksogen* dengan variabel *endogen*. Anak panah ini juga menghubungkan *error* dengan variabel *endogen*, dan untuk mempresentasikan hubungan korelasi atau kovarian diantara dua variabel menggunakan anak panah berkepala dua (*two headed arrow*). Setiap variabel disimbolkan dalam bentuk kotak sedangkan variabel lain yang tidak dianalisis dalam model atau *error* digambarkan dalam bentuk lingkaran (Juanim 2010 : 18).

3.1. Diagram Jalur kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah melalui kepuasan nasabah.



Model ini menggambarkan hubungan antara variabel *eksogen* yaitu kualitas pelayanan (X_1), citra perusahaan (X_2) variabel *endogen* yaitu kepercayaan nasabah (Y), dan kepuasan nasabah (Z). kualitas pelayanan (X_1), citra perusahaan (X_2) terhadap kepercayaan nasabah (Y), serta kualitas pelayanan (X_1), citra perusahaan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Z), serta kepuasan nasabah (Z) terhadap kepercayaan nasabah (Y) disebut pengaruh langsung (*direct effect*). Sedangkan dari kualitas pelayanan (X_1), citra perusahaan (X_2) terhadap kepercayaan nasabah (Y) melalui kepuasan nasabah (Z) disebut pengaruh tidak langsung (*indirect effect*).

3. Pengujian Koefisien Jalur

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *eksogen* terhadap variabel *endogen* secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian adalah:

1) Pengaruh X_1 (Kualitas Pelayanan) pada Y (Kepercayaan Nasabah)

$H_0: \beta_{yx_1} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah.

$H_a: \beta_{yx_1} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah.

2) Pengaruh X_2 (Citra Perusahaan) pada Y (Kepercayaan Nasabah)

$H_0: \beta_{yx_2} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah.

$H_a: \beta_{yx_2} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung yang signifikan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah.

3) Pengaruh X_1 (Kualitas Pelayanan) pada Z (Kepuasan Nasabah)

$H_0: \beta_{zx_1} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

$H_a: \beta_{zx_1} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

4) Pengaruh X_2 (Citra Perusahaan) pada Z (Kepuasan Nasabah)

$H_0: \beta_{zx_2} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah.

$H_a: \beta_{zx_2} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung yang signifikan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah.

5) Pengaruh Z (Kepuasan Nasabah) pada Y (Kepercayaan Nasabah)

$H_0: \beta_{zy} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kepuasan terhadap kepercayaan nasabah.

$H_a: \beta_{zy} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kepuasan terhadap kepercayaan nasabah.

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel *eksogen* pada perubahan variabel *endogen* parsial, dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

a) H_0 ditolak atau H_a diterima jika *Signifikansi t* $< 0,05$ dan

b) H_0 diterima atau H_a ditolak jika *Signifikansi t* $> 0,05$.

Menurut Ghozali (2011:284) menyatakan bahwa prosedur untuk menguji pengaruh tidak langsung (*Indirect effect*) dan *signifikannya* dilakukan dengan menggunakan sobel test, sebagai berikut:

6) Pengaruh X_1 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepercayaan Nasabah) melalui Z (Kepuasan Nasabah)

$H_0: \beta_{x_1yz} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah melalui kepuasan nasabah.

$H_a: \beta_{x_1yz} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah melalui kepuasan nasabah.

7) Pengaruh X_2 (Citra perusahaan) terhadap Y (kepercayaan nasabah) melalui Z (Kepuasan Nasabah)

$H_0: \beta_{x_2yz} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah melalui kepuasan nasabah.

$H_a: \beta_{x_2yz} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah melalui kepuasan nasabah.