

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pemasaran sebagai ilmu yang mempelajari pertukaran nilai atau value exchange, dengan terjadinya perubahan lingkungan usaha telah terjadi penyesuaian-penyesuaian paradigm (Sheth, 1988 dalam Heruswanto, 2009). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan), *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Di mana pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada keluasan informasi, sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas, sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Sugiyono, 2005).

B. Obyek dan Subyek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2012) sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek dalam penelitian ini adalah PT Bank Mandiri Yogyakarta.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi dan jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasinya (Djarwanto dan Subagyo, 2000). Sampel dalam penelitian ini adalah semua nasabah penabung di Bank Mandiri Yogyakarta.

C. Jenis Data

Data dapat diartikan sebagai kumpulan angka, fakta, fenomena atau keadaan yang merupakan hasil pengamatan, pengukuran atau pemecahan terhadap karakteristik atau sifat dari objek yang dapat berfungsi untuk membedakan objek yang satu dengan lainnya pada sifat yang sama (Solimun, 2001). Data yang dipakai pada penelitian ini adalah data primer.

Data primer ialah data yang diperoleh langsung dari responden berupa kuesioner yang disebar dan berisi daftar pertanyaan yang terstruktur. Dalam penelitian ini data yang dimaksud adalah data yang di peroleh dari nasabah Bank Mandiri Yogyakarta.

D. Metode Pemilihan Sampel

Dalam penelitian ini diambil sampel 85 responden dengan metode *non probability sampling*, yaitu metode yang digunakan hanya memberi peluang bagi anggota populasi tertentu sehingga menutup peluang anggota yang lain untuk menjadi sampel.

Penentuan ukuran sampel penelitian ini mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh Hair *et al* (1995), bahwa sampel yang diambil dikalikan 5-10 jumlah indikator. Jumlah variabel yang diteliti sebanyak satu variabel bebas, satu variabel terikat dan 2 variabel mediasi sehingga total seluruhnya menjadi 17 indikator. Penelitian ini menggunakan jumlah 5 kali jumlah indikator, maka jumlah yang diambil adalah $17 \times 5 = 85$ sampel. Dalam penelitian ini pengukuran variabelnya menggunakan skala Likert, dimana skala ini dari 1-5 (sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dipilih secara

cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri yang spesifik (Sugiyono, 2008).

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah bank mandiri yogyakarta dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Merupakan masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta.
- b. Memiliki tabungan di bank mandiri yogyakarta minimal selama 2 tahun, untuk mengukur loyalitas konsumen.
- c. Berusia diatas 17 tahun, karena pada usia itu seseorang telah dianggap dewasa, memiliki tanggung jawab terhadap dirinya sendiri, dan sudah dianggap dapat mengambil keputusan.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data ini melalui: Angket / kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Meskipun terlihat mudah, teknik pengumpulan data melalui angket cukup sulit dilakukan jika respondennya cukup besar dan tersebar di berbagai wilayah.

Memberikan daftar pertanyaan kepada nasabah Bank Mandiri Yogyakarta dengan prosedur sebagai berikut: membagi kuesioner, responden diminta mengisi kuesioner (*Close Ended*) pada lembar jawaban yang telah disediakan dan ditunggu, kemudian lembar kuesioner dikumpulkan, diseleksi, diolah dan kemudian dianalisis.

Jawaban disajikan menggunakan skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.1. Simbol dan Skor Kuesioner

No	Jawaban	Simbol	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

F. Identifikasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini perlu diidentifikasi terlebih dahulu agar tidak terdapat perbedaan cara pandang terhadap variabel penelitian. Variabel-variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*), variabel terikat (*dependent*) dan variabel mediasi yang masing-masing memiliki hubungan sebab akibat. Identifikasi variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas

Adalah variabel yang menyebabkan atau memengaruhi, yaitu faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati. Variabel bebas dari penelitian ini adalah *relationship marketing*.

2. Variabel terikat

Adalah faktor-faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel bebas, yaitu faktor yang muncul, atau tidak muncul, atau berubah sesuai dengan yang diperkenalkan oleh peneliti. Variabel terikat dari penelitian adalah loyalitas konsumen.

3. Variabel mediasi

Variabel mediasi (M) atau mediating variable adalah variabel yang mempengaruhi fenomena yang diobservasi (variabel dependen), variabel mediasi sering disebut dengan variabel intervensi (intervening variable), karena memediasi atau mengintervensi hubungan kasual variabel independen ke variabel dependen (Jogiyanto, 2004:154).

Variabel mediasi dari penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen dan Komitmen Konsumen.

G. Definisi Operasional

Model penelitian ini, dalam menguji hipotesis lebih dulu melakukan identifikasikan variabel-variabel apa saja yang akan dilibatkan dalam penelitian. Ditinjau dari kepentingan penelitian, variabel sebagai segala sesuatu yang menjadi obyek pengamatan atau merupakan faktor-faktor yang mempunyai peranan dalam gejala atau peristiwa yang diamati.

1. Relationship marketing

Menurut Gronross (1990) menawarkan semua aktivitas pemasaran mulai dari pendirian, pengembangan dan pemeliharaan. Indikator dari *relationship marketing* adalah:

1. Fokus nasabah jangka panjang
2. Membuat komunikasi yang baik dengan nasabah.
3. Melibatkan organisasi-anggota dalam aktivitas pemasaran
4. Mengembangkan budaya pelayanan untuk nasabah
5. Memperoleh dan menggunakan informasi nasabah

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat keadaan perasaan yang merupakan perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan. (Parasuraman et al, 19988; Cronin Taylor,1997) Kepuasan tercipta karena harapan nasabah terpenuhi. Indikator dari kepuasan konsumen adalah:

1. Kepercayaan nasabah
2. Kedekatan nasabah
3. Kepuasan terhadap jaminan layanan
4. Kepuasan terhadap kualitas layanan keseluruhan

4. Komitmen Konsumen

Kesungguhan bank untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen, Ndubisi (2007) indikatornya adalah:

1. Adanya reward bagi konsumen yang loyal terhadap perusahaan.
2. Pelayanan yang cepat dan memuaskan.
3. Sistem operasinal yang dilakukan secara baik.

4. Loyalitas Konsumen

adalah keinginan, kebutuhan, dan harapan konsumen yang telah terpenuhi, sehingga konsumen melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan kepada orang lain. (Kotler, 2002). Selain itu juga merupakan suatu sikap dimana konsumen konsisten menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perbankan nasional, indicator menurut Griffin (2005) adalah:

1. Melakukan pembelian ulang produk dan layanan bank secara terus menerus.
2. Melakukan transaksi selain menabung, seperti pembayaran tagihan kartu kredit, telepon, ataupun layanan transfer.

3. Merekomendasikan produk dan layanan bank kepada orang lain.
4. Tidak tertarik untuk beralih ke bank yang lain.
5. Tetap setia menjadi konsumen bank tersebut.

H. Pengujian Kualitas Instrumen

Pengujian data hasil kuesioner formal perlu dilakukan karena sering kali data tersebut tidak sesuai dengan yang diinginkan. Dari pengujian data ini diharapkan dapat meningkatkan mutu data yang hendak diolah dan dianalisis. Tahap awal adalah melakukan pengecekan apakah data yang diinginkan sudah terisi semua atau ada beberapa yang kosong (tidak terisi). Pada penelitian ini tidak diharapkan terjadinya kekosongan data sehingga jika terdapat maka, data responden tersebut tidak bisa digunakan, dan apa bila hal ini terjadi maka dilakukan pengambilan data ulang kelampungan agar jumlah data yang diharapkan untuk diolah tetap.

Oleh karena itu data-data dalam suatu penelitian dapat dikumpulkan dengan suatu instrumen. Instrumen yang digunakan dalam mengumpul data haruslah memenuhi dua persyaratan penting yaitu validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan kemampuan pengukuran dari sebuah indikator dalam mengukur suatu konsep. Uji validitas dilakukan terhadap masing-masing item pertanyaan (indikator) yang membentuk variabel penelitian. Untuk mengukur validitas di dalam penelitian ini digunakan korelasi *pearson* dengan kriteria jika signifikansi nilai korelasi *pearson* antara masing-masing pertanyaan dengan skor total adalah lebih kecil dari $\alpha=5\%$, maka indikator tersebut dinyatakan valid (Arikunto dalam Dharmawansyah, 2006). Hasil uji validitas menunjukkan jika seluruh nilai α ($p<0,05$), dengan skor 0,000.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Suharsimi dalam Dharmawansyah, 2006).

Menurut Sumadi Suryabrata (2004: 28) reliabilitas menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan. Dalam pandangan Aiken (1987: 42) sebuah tes dikatakan reliabel jika skor yang diperoleh oleh peserta relatif sama meskipun dilakukan pengukuran berulang-ulang.

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai *alpha cronbach*. Jika nilai *alpha cronbach* > 0.6, maka item-item pertanyaan yang membentuk variabel penelitian dikatakan reliabel.

I. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Alat Analisis

Dalam Soemantri (2011) menyatakan bahwa regresi linear sederhana bertujuan untuk mempelajari hubungan linear antara dua variabel. Didalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas (*independent*), dan memerlukan kajian berbagai macam variabel yang bisa mempengaruhi satu variabel dan variabel mediasi. Maka alat analisis yang tepat digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Regresi Linear Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan relationship marketing, kepuasan konsumen, komitmen konsumen dan loyalitas konsumen.

2. Uji t

Menurut Ghozali (2012:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Salah satu cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungannya lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2012:99).

3. Uji Variabel Mediasi

Variabel mediator juga disebut variabel intervening atau variabel proses. Jika variabel independen tidak lagi mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen setelah mengontrol variabel mediator, maka dinyatakan terjadi *perfect* atau *complete mediation*. Jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berkurang tetapi masih berbeda dari 0, setelah mengontrol variabel mediator, maka dinyatakan terjadi *partial mediation*.