

BAB IV

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan subyek penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta, dan subyek dari penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009:14), metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Proses penelitian bersifat deduktif, yaitu proses dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep dan teori sehingga dapat merumuskan hipotesis. Selanjutnya hipotesis diuji melalui pengumpulan data lapangan. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik diskriptif atau inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak.

C. Populasi dan sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2009:117), 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 pada penelitian ini adalah bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

b. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2009:118), bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan kata lain sample merupakan perwakilan dari populasi yang akan diteliti. Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan sistem *purposive sampling* dengan metode *convenience sample*. *Convenience sample* merupakan metode sampel nonprobabilitas, yaitu cara pengambilan sampel berdasarkan kemudahan (Sanusi, 2011:94). Artinya sampel yang diambil adalah setiap nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta yang ditemui peneliti dan bersedia untuk mengisi kuesioner.

Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 nasabah bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. Pengambilan jumlah sampel tersebut berdasarkan pendapat Cooper (2010:231) yang mengemukakan ukuran sampel didasarkan pada asumsi populasi yang tidak terbatas. p (*proporsi populasi yang memiliki sifat tertentu*) berfungsi sebagai pengganti rata-rata aritmatik, dan q (*proporsi populasi yang tidak memiliki sifat tertentu*) berfungsi sebagai pengganti standar deviasi dengan ketentuan $q = 1 - p$. Cooper juga menyebutkan jika tidak mendapatkan informasi

tentang nilai p , kita dapat mengasumsikan $p = 0,5$. Sehingga diperoleh $q = 1 - 0,5 = 0,5$. Dalam penelitian ini peneliti menginginkan tingkat keyakinan 95%. Hasil perhitungan tersebut adalah:

$$n = pq/\sigma p^2 + 1$$

$$n = 0,25/(0,051)^2 + 1$$

$$n = 97$$

Berdasarkan pada hasil perhitungan tersebut diperoleh $n = 97$, sehingga target sampel dibulatkan menjadi 100.

D. Jenis data

Data primer menurut Umar (2008:41), merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang didapatkan langsung dari responden yaitu nasabah Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.

E. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan angket (kuesioner). Teknik angket menurut Umar (2008:40)

merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden. Daftar pertanyaan tersebut disesuaikan dengan permasalahan penelitian sehingga jawaban dari pertanyaan mengandung manfaat untuk menguji hipotesis. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, tentunya membutuhkan skala. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

F. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik

kesimpulannya (Sugiono, 2010:58). Adapun variabel yang digunakan

- a. Variabel independen (X) yaitu kualitas jasa pada bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.
- b. Variabel dependen (Y_1) yaitu kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.
- c. Variabel intervening (Y_2) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2010:61). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah nilai nasabah pada bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.

2. Definisi operasional variabel

- a. Kualitas jasa merupakan kesesuaian produk (jasa) yang dihasilkan dengan yang disyaratkan oleh suatu perusahaan. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*service quality*). SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya. Singkatnya kualitas jasa

kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. (Sumber: Parasuraman, dkk, dalam Lupiyoadi, 2009:181)

Dimensi kualitas jasa (SERVQUAL) dalam penelitian ini diwakili oleh :

- a) Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Bukti nyata yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya adalah penampilan pegawainya, peralatan dan perlengkapan yang digunakan (teknologi), dan fasilitas fisik (gedung, kantor cabang, dan lain-lain).
- b) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan yang diharapkan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyediaan informasi

- d) Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
 - e) Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan dan bersifat individual kepada pelanggan sebagai upaya memahami keinginan pelanggan. Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
- b. Nilai nasabah erat kaitannya dengan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Pelanggan pada dasarnya mencari nilai terbesar yang diberikan suatu produk (jasa). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Didik Isnadi (2010), semakin tinggi kualitas jasa maka semakin besar besar nilai (manfaat) yang dirasakan oleh pelanggan. Dan apabila pelanggan mendapat nilai yang tinggi maka secara otomatis dia merasa terpuaskan oleh produk (jasa) tersebut. Dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel nilai nasabah adalah penilaian

terhadap keunggulan, rasa ketertarikan keseluruhan terhadap pihak bank dan penilaian terhadap manfaat keseluruhan dari bank.

- c. Kepuasan nasabah, tingkat kepuasan sangat dipengaruhi oleh harapan pelanggan terhadap suatu produk (jasa). Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Kotler dalam Lupiyoadi, 2009:192). Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas produk (jasa). Indikator variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diwakili oleh kepercayaan nasabah, kedekatan nasabah, kepuasan terhadap jaminan layanan dan kepuasan terhadap kualitas jasa keseluruhan.

G. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji validitas

Validitas (*validity*) menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus diperbaiki atau dibuang karena dianggap tidak relevan (Umar, 2008:166). Pengukuran dinyatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Alat ukur yang tidak

valid adalah yang memberikan hasil ukuran menyimpang dari tujuan. Penyimpangan pengukuran ini disebut dengan kesalahan (*error*) atau varian (Jogiyanto, 2007:120). Untuk mengetahui data yang diperoleh maka instrument yang digunakan dalam menguji validitas yaitu *Product Moment* dalam fasilitas program IBM SPSS versi 16.

b. Uji reliabilitas (*reliability*)

Menurut Ghazali (2011:47) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan cara One Shot atau pengukuran sekali saja, maksudnya disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan uji statistic Cronbach Alpha (α) dari fasilitas IBM SPSS versi 16. Suatu variabel dinyatakan *realibel* jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0.60

H. Metode Analisis Data

Proses analisis data dapat dilakukan ketika peneliti telah mengumpulkan semua data yang dibutuhkan dalam penelitian. Seorang peneliti sering melakukan penelitian untuk mengetahui apakah dan sampai seberapa jauh satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel predictor (independen) dan variabel criterion (dependen), (Baron & Kenny dalam Ghozali, 2011:247). Untuk mengetahui tingkat signifikan dari hasil pengolahan data secara kuantitatif, dalam penelitian ini akan digunakan beberapa pengujian sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang sedang diuji adalah apakah parameter (β_i) sama dengan nol, dan hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol.

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (kualitas jasa dan nilai nasabah) secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan nasabah).

$H_a : b_i \neq 0$ artinya, ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (kualitas jasa dan nilai nasabah) secara parsial terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Ketentuan tingkat signifikansi yang diharapkan adalah sebagai berikut: $\text{sig} \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas jasa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai nasabah dan kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. Apabila tingkat signifikansi yang terjadi adalah $\text{sig} \geq 0,05$, maka konsekuensi logisnya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya Kualitas jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai nasabah dan kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.

b. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. kriteria yang digunakan untuk menyatakan pengaruh dua variabel bebas adalah simultan terhadap variabel terikat $\text{sig } \alpha \leq 0,05$, maka dapat diartikan ada pengaruh yang signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent secara bersama-sama. Apabila nilai

$\text{sig} > \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent secara simultan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yaitu perangkat yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamat, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

2. Regresi Dengan Variabel Intervening, Analisis Jalur (*path analysis*)

Menurut Ghozali (2011:249), untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*path*

analysis). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Apa yang dapat dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

Hubungan langsung terjadi jika satu variabel mempengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ketiga yang menghubungkan (intervening) kedua variabel tersebut. Dalam penelitian ini hubungan langsung terjadi pada pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. Hubungan tidak langsung adalah jika ada variabel ketiga yang menghubungkan hubungan kedua variabel tersebut. Dalam hal ini variabel penghubung tersebut adalah nilai nasabah.

Total effect $Y_2 = (\beta_2)$

Total effect $Y_1 = \beta_1 + (\beta_2 \times \beta_3)$

Persamaan variabel interveningnya :

Pengaruh langsung X ke Y_1 $= \beta_1$

Pengaruh tak langsung X ke Y_2 ke Y_1 $= \beta_2 \times \beta_3$

Total pengaruh (korelasi X ke Y_1) $= \beta_1 + (\beta_2 \times \beta_3)$

Keterangan :

Y_2 : nilai nasabah

Y_1 : Kepuasan nasabah

β_1 : koefisien regresi variabel X

β_2, β_3 : koefisien variabel Y_2, Y_1

X : Kualitas jasa

ε : residual (*error*)

Apabila nilai koefisien jalur semuanya positif maka terdapat pengaruh

tidak langsung, atau nilai nasabah menjadi variabel intervening yang

menyambungkan kualitas jasa dengan kepuasan nasabah