

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan yaitu jenis penelitian dalam bentuk survey. Penelitian yang dapat menghasilkan sebuah deskripsi tentang apa yang terjadi dari objek yang diteliti dengan menggunakan metode kuesioner.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pengaruh *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Survei pada Nasabah PT. Bank BRI Cabang Bumiayu).

#### **3.3 Batasan Penelitian**

Penelitian ini memfokuskan pada Nasabah di PT. Bank BRI Cabang Bumiayu. Sedangkan batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Loyalitas Nasabah (Y).
2. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *Customer Relationship Management* ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dan Kepuasan Nasabah ( $X_3$ ).
3. Waktu penelitian pada bulan Juni-Juli 2016.

### **3.4 Jenis Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer pada penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (ada perantara). Baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari majalah, internet, dan surat kabar.

#### **3.4.2 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dengan mengkaji buku-buku literatur, jurnal, makalah dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian untuk memperoleh landasan teoritis secara komprehensif terkait Bank BRI.

Metode pengumpulan data adalah dengan kuesioner yang diajukan kepada nasabah BRI Cabang Bumiayu yang terpilih menjadi sampel penelitian. Dalam kuesioner terdapat sejumlah pertanyaan yang harus dijawab oleh responden sesuai dengan hal-hal yang diketahuinya.

### **3.5 Populasi Dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Sugiyono (2010), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh Nasabah PT. Bank BRI Cabang Bumiayu.

### 3.5.2 Sampel

Sugiyono (2010), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Tujuan pengambilan sampel adalah supaya sampel yang diambil dapat memberikan informasi yang cukup untuk mengestimasi jumlah populasinya.

Metode dalam penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probabiliti sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010), *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2010), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Kriteria *purposive sampling* adalah Lama menjadi nasabah bank BRI.

### 3.5.3 Ukuran Sampel

Untuk menentukan ukuran sampel suatu populasi, digunakan rumus Slovin (Umar dalam Prasati,2011 )sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian sampel

*Moe* = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolerir

*n* = besar sampel

Alasan menggunakan rumus tersebut adalah karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95 persen atau  $Z = 1,96$  dan  $Moe = 10\%$  (0,1). Maka jumlah penelitian ini sebagai berikut (Umar dalam Prasati,2011):

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ (pembulatan)}$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96 responden. Namun untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan seperti kuesioner yang hilang, rusak atau tidak kembali, maka peneliti merencanakan akan menyebarkan 110 kuesioner.

### **3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **3.6.1 Variabel Terikat**

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah BRI Cabang Bumiayu yaitu perilaku, nasabah BRI Bumiayu yang ditunjukkan dengan setia menjadi nasabah untuk jeda waktu yang lama. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perbankan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi

alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Indikator untuk mengukur Loyalitas Nasabah adalah :

1. Keinginan untuk tetap menjadi nasabah PT. Bank BRI.
2. Merasa bangga menjadi nasabah PT. Bank BRI.
3. Merekomendasikan PT. Bank BRI terhadap orang lain.

### **3.6.2 Variabel Bebas**

#### **1. *Customer Relationship Management***

CRM adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan. Indikator dari implementasi CRM dalam penelitian ini adalah :

- a. Kualifikasi SDM pengelola system
- b. Desain Proses
- c. Teknologi yang memadai ( *leading-edge technologi* )
- d. Fokus pelanggan jangka panjang
- e. Tingkat komunikasi dengan pelanggan

#### **2. *Kualitas Pelayanan***

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen (Tjiptono, 2001). Indikator

dari implementasi Kualitas Pelayanan menurut 5 aspek dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah :

Dimensi tangible dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator :

- a. Ruang tunggu pelayanan
- b. Penampilan Petugas Pelayanan.

Dimensi reliability dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator :

- a. Pelayanan petugas dalam memberikan informasi pelayanan,
- b. Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Dimensi responsiveness dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator :

- a. Respon petugas pelayanan terhadap informasi yang dibutuhkan oleh nasabah
- b. Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu nasabah memberikan layanan dengan tanggap.

Dimensi assurance dijabarkan menjadi indikator-indikator :

- a. Kemampuan administrasi petugas pelayanan
- b. Karyawan mampu mencakup pengetahuan kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya oleh nasabah.

Dimensi empathy dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator :

- a. Kepedulian Petugas
- b. Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individu para nasabah.

### 3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan mutu pelayanan yang dirasakan. Indikator dari implementasi Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini adalah :

- a. Kepuasan nasabah keseluruhan terhadap implementasi CRM yang diterima
- b. Kesesuaian antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterima
- c. Pengalaman yang menyenangkan dalam penggunaan jasa

Dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala ini umumnya berisi bagian skala terhadap semua pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti dalam kuesioner. Model Skala Likert Amirin (2010) digunakan dengan 5 interval jawaban yaitu :

SS	: Sangat Setuju dengan skor	5
S	: Setuju dengan skor	4
N	: Netral dengan skor	3
TS	: Tidak Setuju dengan skor	2
STS	: Sangat Tidak Setuju dengan skor	1

### 3.7 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kualitas suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah dan valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan dengan membandingkan antara nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel dan bernilai positif, maka instrumen tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2005).

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2005), reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu : (1) *Repeated measure* atau pengukuran ulang. (2) *One shot* atau pengukuran sekali saja.

Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali aja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu.

Dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  (Ghozali,2005).

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Penggunaan model analisis regresi berganda terikat dengan sejumlah asumsi dan harus memenuhi asumsi-asumsi klasik yang mendasari model tersebut. Pengujian asumsi yang harus dipenuhi agar persamaan regresi dapat digunakan dengan baik (uji persyaratan analisis) sebagai berikut :

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya apakah mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2005). Pengujian dilakukan dengan analisis grafik (*scatterplot*) yakni dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Uji normalitas lain pada penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

1. Jika nilai *Asymp.Sig* > 0,05 data berdistribusi normal
2. Jika nilai *Asymp.Sig* < 0,05 data tidak berdistribusi normal.

### 3.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghazali (2005) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Model korelasi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dengan membuat hipotesis:

1. *Tolerance value* < 0,10 atau *VIF* > 10 : terjadi multikolinieritas.
2. *Tolerance value* > 0,10 atau *VIF* < 10 : tidak terjadi multikolinieritas.

### 3.8.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Imam Ghazali (2005), Uji heterokedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Penelitian ini menggunakan Uji *Glejser* untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai *Sig* variabel independen < 0,05 terjadi Heterokedastisitas.

- b. Jika nilai Sig variabel independen > 0,05 tidak terjadi Heterokedastisitas.

#### 3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (variabel terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghazali, 2005). Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik dengan menggunakan program SPSS, dimana rumus statistik yang digunakan adalah *Linier Multiple regression* (regresi linier berganda), dimana fungsinya adalah (Ghozali, 2011) :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

a = konstanta

b1 = koefisien regresi dari variabel X<sub>1</sub>, CRM

b2 = koefisien regresi dari variabel X<sub>2</sub>, Kualitas Pelayanan

b3 = koefisien regresi dari variabel X<sub>3</sub>, Kepuasan Nasabah

e = kesalahan pengganggu

### 3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghazali, 2005). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X yaitu *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap variabel Y yaitu Loyalitas Nasabah yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

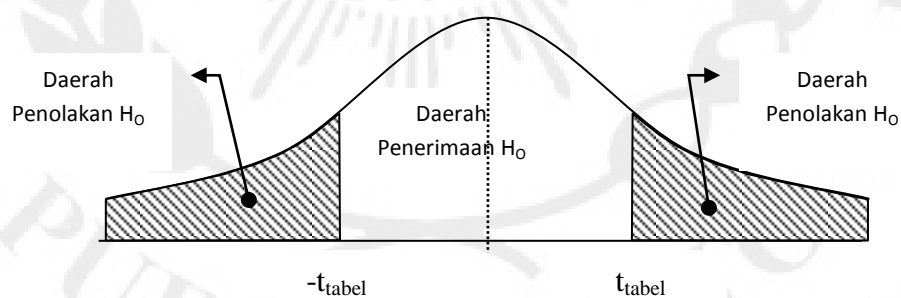
$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi

Gambar kurva penerimaan dan penolakan kurva uji t dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3.1 Kurva Uji t

### 3.8.6 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2011), uji F pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan

dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F menggunakan rumus (Sugiyono, 2005) :

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

Keterangan :

F = F hitung

$R^2$  = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

k = banyaknya variabel yang diamati

Kriteria pengujian hipotesis :

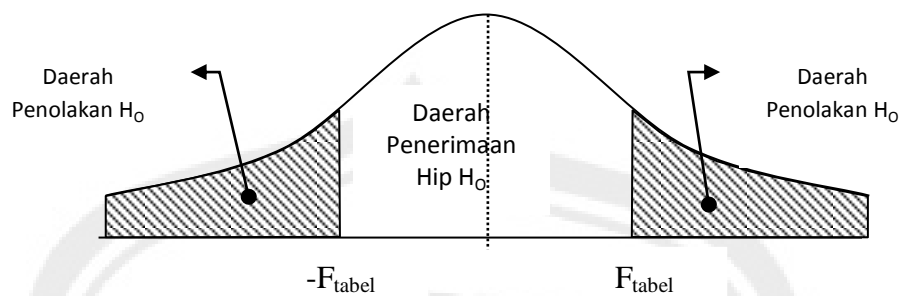
Ho :  $b_j \leq 0$ , artinya tidak ada pengaruh *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BRI Cabang Bumiayu.

Ha :  $b_j = > 0$ , artinya ada pengaruh *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BRI Cabang Bumiayu.

Dengan tingkat kepercayaan (*level of significance*) 95% ( $\alpha = 0,05$ ), maka :

1. Ho diterima bila F hitung  $\leq$  F tabel.
2. Ho ditolak bila F hitung  $>$  F tabel.

Gambar kurva penerimaan dan penolakan kurva uji F dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3.1 Kurva Uji F

### 3.8.7 Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel terikat atau dependen (Ghozali, 2013).

#### Pengujian Hipotesis

##### 1. Pengujian Hipotesis Pertama

- a. Merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ )

$H_0 : b_1 \leq 0$ , artinya CRM tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

$H_a : b_1 > 0$ , artinya CRM berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

- b. Dasar Pengambil Keputusan :

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

- c. Dikatakan signifikan jika nilai signifikan  $< 0,05$

##### 2. Pengujian Hipotesis Kedua

- a. Merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ )

$H_0 : b_2 \leq 0$ , artinya Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

$H_a : b_2 > 0$ , artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

b. Dasar Pengambil Keputusan :

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

c. Dikatakan signifikan jika nilai signifikan  $< 0,05$

### 3. Pengujian Hipotesis Ketiga

a. Merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ )

$H_0 : b_3 \leq 0$ , artinya Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

$H_a : b_3 > 0$ , artinya Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

b. Dasar Pengambil Keputusan :

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

c. Dikatakan signifikan jika nilai signifikan  $< 0,05$

### 4. Pengujian Hipotesis Keempat

a. Merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ )

$H_0 : b_4 \leq 0$ , artinya CRM, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

$H_a : b_4 > 0$ , artinya CRM, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah secara simultan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

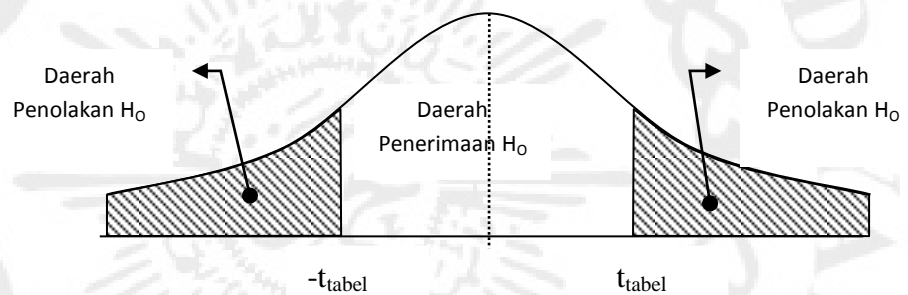
b. Dasar Pengambil Keputusan :

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

c. Dikatakan signifikan jika nilai signifikan  $< 0,05$

Gambar kurva penerimaan dan penolakan kurva uji t dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3.1 Kurva Uji t