

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti yaitu : Pengaruh *Customer Value* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* Nasabah Bank BTN cabang Pemuda Surabaya, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Pemilihan penelitian ini karena penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya. Variabel penelitian terukur dengan berbagai bentuk skala pengukuran, yaitu skala nominal, ordinal, interval, maupun rasio (Puguh Suharso, 2009). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random atau acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisa data bersifat kuantitatif/ststistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2010)

Untuk mempermudah dalam penelitian, peneliti menggunakan desain penelitian *ex-post facto* yaitu penelitian dimana rangkaian variabel-variabel bebas telah terjadi, ketika peneliti mulai melakukan penganalisaan terhadap variabel

terikat. (Hamid Darmadi, 2011). Pada penelitian ini peneliti tidak memanipulasi keadaan variabel yang ada dan langsung mencari hubungan dan tingkat hubungan variabel yang ada. Sedangkan jenis penelitian ini merupakan penelitian survei yaitu suatu penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian guna dalam pengumpulan data.

Dalam penelitian ini mencakup kegiatan pengumpulan data guna menentukan adakah hubungan antar variabel dalam subjek atau objek penelitian. Jika ada, seberapa jauh tingkat hubungan yang ada diantara variabel yang diteliti. Penelitian ini diarahkan mengetahui pengaruh antara dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat yaitu customer value dan brand image terhadap loyalitas nasabah.

## **3.2 Diskripsi Populasi dan Penentuan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah seluruh individu yang dimaksudkan untuk diteliti, dan yang nantinya akan dikenai generalisasi. Generalisasi adalah suatu cara pengambilan kesimpulan terhadap kelompok individu yang lebih luas jumlahnya berdasarkan data yang diperoleh dari sekelompok individu yang sedikit jumlahnya (Tulus Winarsunu, 2006). Jadi, populasi adalah seluruh komponen dalam penelitian yang memenuhi kualitas dan karakteristik untuk tujuan penelitian.

Populasi dalam penelitian ini, peneliti mengambil sebagian nasabah yang datang di Bank BTN kantor cabang Pemuda Surabaya dihari yang telah

ditentukan. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak Bank, populasi nasabah yang datang di Bank BTN cabang Pemuda sekitar 400 nasabah perhari, dengan berbagai keperluan transaksi baik yang dilakukan di banking hall maupun mesin ATM setempat.

### **3.2.2 Teknik Sampling**

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian. Dalam pengambilan sampel ada hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu mengetahui terlebih dahulu karakteristik, ciri, dan sifat populasi. Karena besar sampel yang diambil juga tergantung dari sifat populasi, apakah bersifat heterogen atau homogen. Menurut (Arikunto 2010: 134-185) Sampel adalah bagian populasi yang hendak diteliti dan mewakili karakteristik populasi. Apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya, namun apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Dalam hal ini peneliti mengambil 20% dari populasi yang ada yaitu 400 nasabah sehingga terdapat 100 nasabah yang akan dijadikan sampel.

Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu Probability Sampling dan Nonprobability Sampling. Dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank tabungan Negara (BTN) cabang pemuda Surabaya yang minimal telah menjadi nasabah selama 2 tahun. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling dengan menggunakan purposive sampling, dikatakan purposive karena pengambilan anggota sampel

dari populasi dilakukan berdasarkan kriteria spesifik yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014:85). Dalam kasus ini kriteria yang ditetapkan adalah konsumen yang telah menjadi nasabah minimal 2 tahun.

### **3.2.3 Sampel**

Sampel penelitian adalah suatu himpunan bagian dari populasi yang anggotanya disebut sebagai subjek. (Puguh Suharso, 2009). Menurut Tulus Winarsunu, sebagian kecil individu yang dijadikan wakil dalam penelitian disebut sampel. (Tulus Winarsunu, 2006), dapat diambil kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian atau miniatur dari populasi.

Sampel yang baik (biasa disebut sampel yang mewakili atau representatif) adalah sampel yang anggota-anggotanya mencerminkan sifat dan ciri-ciri yang terdapat pada populasi. Apabila sampel tidak representatif, maka secara ilmiah tidak ada hak bagi peneliti untuk menarik kesimpulan, kecuali kesimpulan untuk sampel itu sendiri. Sehingga dalam pengambilan sampel diperlukan teknik sampling agar tujuan penelitian dapat diperoleh. Berdasarkan pendapat-pendapat ahli tersebut diatas, maka peneliti menetapkan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 anggota sampel.

### **3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.3.1 Variabel**

Variabel diartikan sebagai suatu konsep yang mempunyai variasi atau keragaman. Sedangkan konsep sendiri adalah penggambaran atau abstraksi dari suatu fenomena atau gejala tertentu. Konsep tentang apapun jika memiliki ciri-ciri yang bervariasi atau beragam dapat disebut sebagai variabel (Tulus Winarsunu, 2006). Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

##### **a. Variabel Terikat (Dependent Variable)**

Variabel terikat Sering di sebut sebagai variabel output, kriteria, terikat. dalam bahasa Indonesia sering di sebut sebagai variabel terikat. variabel terikat Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah (Y).

##### **b. Variabel Bebas (Independent Variable)**

Variabel bebas adalah Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah sebagai berikut :

A. Customer Value (X1)

B. Brand Image (X2)

### 3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantif dari suatu konsep, sehingga peneliti dapat menentukan alat ukur yang digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Adapun variabel penelitiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1  
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Customer Loyalty (Y)	terciptanya kepuasan akan suatu produk sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan kesetiaan terhadap suatu produk/merek. (Tjiptono)	1. Tetap memilih merek tersebut 2. Pembelian ulang 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Yakin bahwa merek tersebut adalah yang terbaik.	Sangat tidak setuju = 1 Tidak setuju = 2 Ragu-ragu = 3 Setuju = 4 Sangat setuju = 5

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pengukuran</b>
Customer Value (Nilai Konsumen) (X1)	Penilaian secara keseluruhan oleh konsumen terhadap utilitas sebuah produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan.(Zeithalm)	1. Emotional Value 2. Social Value 3. Quality Value 4. Price Value	Sangat tidak setuju = 1 Tidak setuju = 2 Ragu-ragu = 3 Setuju = 4 Sangat setuju = 5

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Brand Image (X2)	Brand image itu sendiri memiliki arti kepada suatu pencitraan sebuah produk dibenak konsumen. Fandy Tjiptono 2005	1. Mudah dikenali 2. Disukai 3. Terkenal 4. Mudah diingat	Sangat tidak setuju = 1 Tidak setuju = 2 Ragu-ragu = 3 Setuju = 4 Sangat setuju = 5

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

#### **3.4.1 Jenis dan Sumber Data**

Berdasarkan konsep (Soewadji, 2012:147) data yang digunakan peneliti

dalam penelitian ini meliputi :

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh si peneliti langsung dari objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah penyebaran kuesioner kepada responden.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, publikasi yang sudah dalam bentuk jadi. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca literatur, buku, artikel, jurnal, data dari internet, dan skripsi maupun tesis penelitian sebelumnya.

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

Dalam usaha untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, teknik dan instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :



### 1. Kuesioner (daftar pertanyaan)

Metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden di lokasi objek penelitian. dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dengan daftar pertanyaan yang ada.

### 2. Observasi

Observasi, untuk memperoleh gambaran permasalahan dengan mengamati gejala atau fakta secara langsung, seperti memperoleh gambaran umum mengenai situasi dan kondisi perusahaan, serta kondisi responden.

### 3. Studi pustaka

Informasi yang berhubungan dengan penelitian pengaruh customer relationship dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah diperoleh dengan cara mempelajari buku-buku, makalah, jurnal dan skripsi.

.pengukuran customer relationship dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

instrumen pertanyaan atau pernyataan ini akan menghasilkan total skor bagi tiap anggota sampel yang diwakili oleh setiap nilai skor seperti instrumen di bawah ini:

Sangat setuju (SS) diberi nilai 5

Setuju (S) diberi skor 4

Ragu-ragu (R) diberi skor 3

Tidak Setuju (TS) diberi skor 2

Sangat Tidak Setuju (TST) diberi skor 1

### **3.5 Teknik Keabsahan Data**

#### **3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **3.5.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Ghozali 2011:53)

Menurut (Ghozali 2011: 52-59), mengukur validitas dapat dilakukan dengan 3 cara yang dapat dipilih salah satunya :

1. Melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam ini  $n$  adalah jumlah sampel.

2. Melakukan korelasi bivariat antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Melihat dari tampilan output SPSS bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Hasil analisis korelasi bivariat dengan melihat output Cronbach's Alpha pada kolom Correlated Item – Total Correlation adalah identik karena keduanya mengukur hal yang sama.
3. Uji dengan Confirmatory Factor Analysis (CFA). Analisis faktor konfirmatori digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel. Asumsi yang mendasari dapat tidaknya digunakan analisis faktor adalah data matrik harus memiliki korelasi yang cukup. Uji Bartlett of Sphericity merupakan uji statistik untuk menentukan ada tidaknya korelasi antar variabel. Alat uji lain adalah *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Dalam menguji validitas instrumen kuesioner penelitian ini, digunakan cara uji validitas dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) = -2, dalam ini  $n$  adalah jumlah sampel.

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang, terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006).

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut.

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2006).

Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2006):

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah melihat dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dan nilai *tolerance*. Apabila nilai *tolerance* mendekati 1, serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah nilai dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2011:139). Model regresi yang baik adalah

homoskedastisitas. salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan nilai residualnya dan dasar untuk menganalisisnya dijelaskan sebagai berikut :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **3.6 Teknik Analisa Data**

#### **3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda**

Guna menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah sebuah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2006).

Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel independen di atas mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu *Customer Value* (X1) dan *Brand Image* (X2), terhadap *Customer Loyalty* (Y).

Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = *Customer Loyalty*

$e$  = *Standard Error*

$X_1$  = Variabel *Customer Value*

$X_2$  = Variabel *Brand Image*

### 3.6.2 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2006).

### 3.6.3 Uji Hipotesis

#### 3.6.3.1 Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. (Ghozali, 2011:98)

Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F :

Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

Kriteria pengujian dimana  $H_0$  diterima apabila  $p \text{ value} < \alpha$  dan  $H_0$  ditolak apabila  $p \text{ value} > \alpha$ .

Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0$ : Variabel-variabel bebas yaitu *customer value* dan *brand image* tidak mempunyai pengaruh secara parsial dan simultan terhadap variabel terikatnya yaitu *customer loyalty* nasabah Bank Tabungan Negara (BTN) cabang pemuda surabaya

$H_a$ : Variabel-variabel bebas yaitu *customer value* dan *brand image* mempunyai pengaruh secara parsial dan simultan terhadap variabel terikatnya yaitu *customer loyalty* Nasabah Bank Tabungan Negara.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$



### 3.6.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Variabel bebas dinyatakan berpengaruh terhadap variabel terikat apabila mempunyai tingkat signifikansi dengan toleransi kesalahan peramalan  $< 0,05$  sehingga bisa disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan, berarti atau bermakna dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

- Derajat kebebasan =  $(n-1-k)$