BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Tabungan Negara (BTN) KCPS Karawaci yang beralamatkan di Jl. Imam Bonjol No. 36, Sukajadi, Karawaci, Kota Tangerang, Banten. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dan dilaksanakan selama 20 hari terhitung dari tanggal 28 Februari-19 Maret 2018.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[1] Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank

[1] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet-16 (Bandung: Alfabeta, 2013), 117.

BTN KCPS karawaci yang menggunakan fasilitas *mobile banking* sebanyak 499 orang .

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.[2] Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Dimana *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi.[3] Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.[4]

Ukuran sampel ditentukan oleh teori Gay yang menyatakan bahwa ukuran minimum sampel yang dapat

---

[2] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet-16 (Bandung: Alfabeta, 2013), 118.

[3] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung, Alfabeta: 2010), Cet-17, 66.

[4] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* , 68.

diterima berdasarkan pada desain penelitian yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

- Metode deskriptif, minimal 10% populasi. Untuk populasi relatif kecil min. 20% populasi.
- Metode deskriptif-korelasional, minimal 30 subjek.[5]

Dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel sebanyak 10% dari jumlah populasi, jadi dapat diketahui bahwa jumlah sampel sebanyak (10% x 499 orang = 49.9) atau dibulatkan menjadi 50 responden.

C. Jenis Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik.[6] Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat

[5] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 79.

[6] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2010), 26.

kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[7]

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode pengumpulan data:

a. Kuesioner/Angket

Kuesioner/Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.[8]

Tekniknya dengan cara:

- Membagikan kuesioner
- Responden diminta mengisi kuesioner pada lembar jawaban yang telah disediakan.

---

[7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, 2016), Cet-23, 8.

[8] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cet-16, 199.

- Kemudian lembar kuesioner dikumpulkan, diseleksi, diolah, dan kemudian di analisis.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.[9]

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini, ada 2 macam data yang diperoleh penulis, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.[10] Data ini berasal dari informasi yang dikumpulkan dari hasil penyebaran angket atau kuesioner.

---

[9] Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), 134.

[10] Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian dilengkapi Perhitungan Manual*, 128.

2. Data Sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya.[11] Dalam hal ini penulis memperoleh data atau informasi yang diambil dari buku-buku, jurnal, internet dan kepustakaan lain sebagai bahan penunjang penelitian yang berkaitan dengan pembahasan ini.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan proses kuantitatif, yaitu pencantuman bilangan atau prosedur pemberian angka pada suatu objek terhadap karakteristik berdasarkan peraturan tertentu.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan, positif dan negatif. Bentuk jawaban

[11] Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian dilengkapi Perhitungan Manual*, 128.

skala likert terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.[12]

Cara mengumpulkannya yaitu dengan memberikan responden sebuah pertanyaan dan kemudian dari jawaban itu diberikan skor dalam tabel berikut.

Tabel 3.1
Skor Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Syofian Siregar (2015)

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu

[12] Syofian Siregar, *statistika Deskriptif untuk Penelitian "Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17",* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), *138.*

instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.[13] Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel}.

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Pengujian menggunakan uji 2 sisi dengan taraf signifikansi 0,05 kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

[13] Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi (Alat Statistik & Analisis Output Komputer)*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 69.

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total. (dinyatakan valid)

b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Reliabel artinya dapat dipercaya, dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.[14] Reliabilitas berkenaan dengan pertanyaan, apakah suatu instrumen dapat dipercaya sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama jika diujikan pada

[14] Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 70.

kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.[15]

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.[16] Gejala

[15] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 154.

[16] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, 134.

heterokedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat daripada runtun waktu, maupun juga lebih sering muncul dalam analisis yang menggunakan data rata-rata. Uji heterokedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *scatterplot*.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel yang berupa variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X). regresi sederhana ini menyatakan hubungan kualitas antara dua variabel dan memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas. Persamaan yang dipergunakan untuk memprediksi nilai variabel Y disebut dengan persamaan regresi. Bentuk umum dari persamaan regresi dinyatakan dengan persamaan matematika, yaitu:[17]

$$\boldsymbol{Y = a + bX}$$

Dimana:

Y = variabel terikat (loyalitas nasabah)

[17] Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis (disertai contoh proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 132.

X = variabel bebas (kualitas layanan *mobile banking*)

a = nilai konstanta

b = koefisien arah regresi

4. Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain.[18] Untuk mengetahui seberapa kuat tingkat keeratan hubungan koefisien korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan penaksiran besarnya korelasi yang digunakan adalah:

Tabel 3.2
Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Husen Umar (2014)

[18] Husen Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 129.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah tingkat pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang dinyatakan dalam presentase (%).Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

6. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Jika yang dihipotesis adalah masalah statistik, maka hipotesis ini disebut hipotesis statistik.[19]

[19] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014) 104.

F. Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Setiap variabel yang telah ditetapkan harus diberi definisi operasionalnya. Definisi operasional variabel penting bagi peneliti lain yang ingin mengulangi penelitian tersebut. Selain itu operasinal variabel dipergunakan untuk menentukanalat-alat ukur apa saja yang dipoergunakan dalam penelitian. Operasional variabel dibuat untuk memudahkan pengumpulan data dan menghindarkan perbedaan interpretasi serta membatasi ruang lingkup variabel.

Dalam penelitian ini, variabel yang akan diteliti dikelompokkan menjadi dua yaitu:

1. Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* sebagai variabel bebas (*independent variabel*) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen sebab perubahan pada variabel dependen (terikat), dimana variabel bebas adalah pengaruh kualitas layanan *mobile banking* (X).

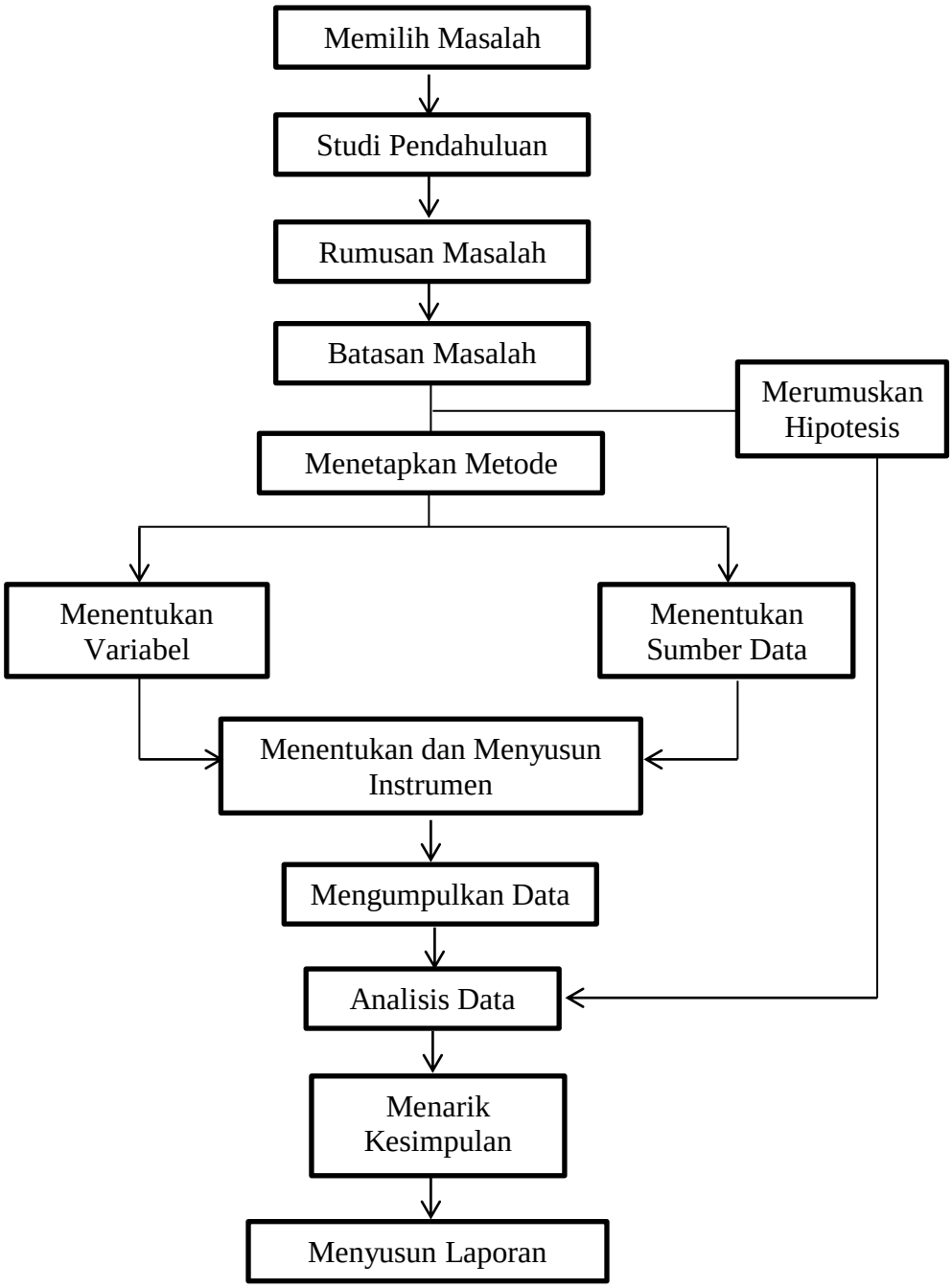
2. Tingkatan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya, dimana variabel terikat adalah loyalitas nasabah (Y).

Table 3.3

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan
Kualitas Layanan *Mobile Banking*	kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Salah satu strategi yang akan menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor jasa adalah berusaha menawarkan jasa dengan kualitas yang tinggi (Zeithaml)	*Compliance* (kepatuhan)	Menjalankan prinsip dan hukum Islam	1
		Assurance (jaminan)	Aman dan dijaga kerahasiaannya	2
		Reliability (keandalan)	Kemudahan bertransaksi, dapat digunakan 24 jam	3
		Tangibel (bukti fisik)	Tampilan jelas, menarik dan informatif, Kelengkapan fitur-fitur	4
		Emphaty (perhatian)	Memberikan transaksi yang dibutuhkan	5
		Responsiveness (daya tanggap)	Kesigapan dalam melayani nasabah	6
		Speed (kecepatan)	Kecepatan akses layanan	7
		Security (keamanan)	Ketiadaan manipulasi informasi yang diterima nasabah	8
		Accuracy	Keakuratan dan ketepatan catatan/bukti transaksi	9
		Trust (kepercayaan)	Kepercayaan terhadap *kredibilitas* bank dan teknologi yang digunakan dalam layanan *m-banking*	10

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan
Loyalitas Nasabah	Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. (Oliver)	Pembelian Ulang	Menggunakan layanan *mobile banking* secara berulang	1, 9
			Menggunakan semua layanan yg diberikan *mobile banking*	2
		Membeli diluar lini produk/jasa	Menggunakan jasa lain yang ditawarkan bank BTN	3
		Penolakan terhadap produk pesaing	Mengutamakan layanan *mobile banking* BTN	4
			Ketidaktertarikan nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* bank lain.	5
		Memberikan referensi kepada orang lain	Memberikan informasi tentang keunggulan layanan *mobile banking*	6
			Mengajak orang untuk menggunakan layanan *mobile banking*	7
		Rasa kepuasan	Kualitas yang diberikan sangat baik	8
			Kepuasaan pada layanan *mobile banking*	10

G. Alur Penelitian

Gambar 3.1
Diagram Alur Penelitian