

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Kidder (1981) dalam Sugiyono (2011) menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011).

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent).

1. Variabel Y (Terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independent (Husein, 2003). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

2. Variabel X (Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjelaskan variabel yang lain (Husein, 2003). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan batasan atau spesifikasi dari variabel-variabel penelitian yang secara kongkret berhubungan dengan realitas yang akan diukur dan merupakan manifestasi dari hal-hal yang akan diamati dalam penelitian (Azwar, 2002). Dalam penelitian ini definisi operasional dari variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan

dibanding dengan harapannya. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah daya tanggap pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang dibeli.

Adapun indikator-indikator dari kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah :

- a. Aspek kenyamanan, meliputi lokasi perusahaan, kebersihan dan kenyamanan.
- b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif dan cekatan dalam melayani konsumen.
- c. Aspek kompetensi teknis petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
- d. Aspek biaya, meliputi mahalnnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan unntuk memenuhi keinginan pelanggan. Adapun indikator – indokator kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah :

- a. *Tangible* (bukti langsung), meliputi penampilan fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membentuk para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko atau keraguraguan.

- e. *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

C. Populasi, Sampel dan Tehnik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah totalitas dari semua subyek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti (Hasan, 2002). Menurut Sugiono (2005) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Ukuran populasi yang di ambil dalam penelitian ini tidak teridentifikasi atau tidak diketahui secara pasti. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah orang-orang yang menjadi nasabah Bank Tabungan Negara di wilayah kota Surabaya.

Populasi adalah keseluruhan unit dimana hasil penelitian akan digeneralisasikan. Populasi dalam penelitian ini ialah nasabah Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya dengan karakteristik sebagai berikut :

- a. Nasabah Bank Tabungan Negara

Responden merupakan nasabah Bank Tabungan Negara bukan nasabah Bank lain.

- b. Nasabah lama

Responden merupakan nasabah lama yang telah 1 tahun menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara.

- c. Bersedia menjadi responden

Responden memiliki waktu luang untuk mengisi angket yang telah disebarakan oleh peneliti guna mendapatkan data dari nasabah yang bersangkutan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi (Hasan, 2002). Karena ukuran populasi tidak teridentifikasi, maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus slovin (Umar, 2003) yaitu :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

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

$$= 96,6 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel
 z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% (1,96)
 moe = *Margin off error max*, adalah tingkat kesalahan maksimal pengembalian sampel yang masih dapat di toleransi sebesar 10%

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden atau nasabah BTN KCP UIN Sunan Ampel Surabaya.

3. Tehnik Sampling

Pada penelitian ini tehnik yang digunakan yakni *accidental sampling*. Menurut (Santoso dan Tjipno, 2001) *accidental sampling* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.

Sedangkan menurut (Sugiyono, 2004) adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Responden yang akan dipilih adalah nasabah Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2014 di wilayah kota Surabaya. Model ini relatif sederhana karena hanya memerlukan satu tahap prosedur pemilihan sampel pada setiap elemen populasi secara bebas dipilih satu kali.

D. Instrumen Penelitian

Untuk mendukung perolehan data yang dibutuhkan guna mendukung penelitian ini yakni teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara metode survey, yaitu merupakan suatu metode pengumpulan data primer yang memerlukan adanya komunikasi antara peneliti dan responden. Adapun salah satu cara pengumpulan data dalam metode survey yaitu teknik kuesioner (Indriantoro & Supomo, 2002).

Penelitian ini menggunakan dua macam skala, yaitu skala kepuasan konsumen dan skala kualitas pelayanan. Kedua skala ini menggunakan penelitian modifikasi skala Likert dengan empat alternatif jawaban yang digunakan. Kedua skala tersebut juga terdiri dari dua kelompok aitem bagi setiap aspek atau indikator yaitu aitem yang mendukung (*favourable*) dan aitem yang tidak mendukung (*unfavourable*). Skor yang diberikan pada tiap-tiap pertanyaan adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Penghitungan Skor Menggunakan Skala Likert

NO.	TANGGAPAN	PEMBERIAN SKOR	
		F	UF
1.	Sangat Setuju (SS)	4	1
2.	Setuju (S)	3	2
3.	Tidak Setuju (TS)	2	3
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Berikut ini dijelaskan salah satu contoh prosedur pengembangan instrumen pengumpul data, data yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Y (Terikat)

Pada bagian ini berisi tentang uraian variabel terikat yang diteliti. Uraian yang dimaksudkan meliputi :

a. Alat Ukur

Rancangan jumlah item skala kepuasan konsumen yang akan digunakan dalam uji coba sebagai langkah awal penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2
Blue Print Skala Kepuasan Konsumen

NO.	DIMENSI	INDIKATOR	NOMOR AITEM		JUMLAH	
			F	UF	AITEM	FREKUENSI
1.	Aspek Kenyamanan	Lokasi perusahaan	1	2	4	20%
		Kebersihan	3	4		
2.	Aspek Hubungan	Keramahan pegawai	5	6	10	50%
		Informasi	7	8		
		Komunikatif	9	10		
		Responsif	11	12		
		Cekatan dalam melayani	13	14		
3.	Aspek Kompetensi Teknis Pelayanan	Keberanian pegawai dalam bertindak	15	16	4	20%
		Pengalaman yang dimiliki	17	18		
4.	Aspek Biaya	Mahalnya produk terjangkau atau tidaknya oleh konsumen/nasabah	19	20	2	10%

b. Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang

diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001). Dalam hal ini digunakan item pertanyaan yang diharapkan dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur.

Untuk mengukur tingkat validitas item-item pertanyaan kuesioner terhadap tujuan pengukuran adalah dengan melakukan korelasi antar skor item pertanyaan dengan skor variabel (Ghozali, 2001). Uji signifikansi ini membandingkan korelasi antara nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Apabila besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing-masing variabel melebihi nilai signifikan maka pertanyaan tersebut dinilai tidak valid.

Syarat bahwa item-item tersebut valid adalah nilai *corrected item total correlation* (r hitung) lebih besar r tabel dimana untuk subyek ketentuan $df = N-2$ pada penelitian ini karena $N = 100$, berarti $100-2=98$ dengan menggunakan taraf 1% maka diperoleh r tabel = 0,256 (Sugiono, 2008).

Uji reliabilitas adalah pengukur untuk suatu gejala. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin stabil alat tersebut untuk digunakan. Menurut Supranto (1999) alat ukur dikatakan *reliable* (handal) kalau dipergunakan untuk mengukur berulang kali dalam kondisi yang relatif sama, akan menghasilkan data yang sama atau sedikit variasi. Tingkat reliabilitas suatu konstruk atau variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ (Ghozali, 2005).

2. Variabel X (Bebas)

Pada bagian ini berisi tentang uraian variabel terikat yang diteliti. Uraian yang dimaksudkan meliputi :

a. Alat Ukur

Rancangan jumlah item skala kualitas pelayanan yang akan digunakan dalam uji coba sebagai langkah awal penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.3
Blue Print Skala Kualitas Pelayanan

NO.	DIMENSI	INDIKATOR	NOMOR AITEM		JUMLAH	
			F	UF	AITEM	FREKUENSI
1.	Bukti Langsung (Tangible)	Penampilan fisik	1	25	5	20%
		Perlengkapan	2	24		
		Petugas atau pegawai	3	-		
2.	Kehandalan (Reliability)	Kemampuan memberikan pelayanan	4	-	4	16%
		Akurat	5	-		
		Pelayanan yang diberikan memuaskan	6	23		
3.	Daya Tanggap (Responsiveness)	Menyediakan layanan dengan cepat	7	22	4	16%
		Memberikan layanan dengan tanggap	8	9		
4.	Jaminan (Assurance)	Pengetahuan yang luas	10	11	6	24%
		Kemampuan dalam melayani	12	-		
		Kesopanan	13	-		
		Bebas dari bahaya	14	15		
5.	Empati (Emphaty)	Kemudahan dalam melakukan hubungan	16	17	6	24%
		Komunikasi yang baik	18	19		
		Perhatian pribadi	20	-		
		Memahami kebutuhan nasabah	21	-		

b. Validitas dan Reabilitas

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001). Dalam hal ini digunakan item pertanyaan yang diharapkan dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur.

Untuk mengukur tingkat validitas item-item pertanyaan kuesioner terhadap tujuan pengukuran adalah dengan melakukan korelasi antar skor item pertanyaan dengan skor variabel (Ghozali, 2001). Uji signifikansi ini membandingkan korelasi antara nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Apabila besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing-masing variabel melebihi nilai signifikan maka pertanyaan tersebut dinilai tidak valid.

Syarat bahwa item-item tersebut valid adalah nilai *corrected item total correlation* (r hitung) lebih besar r tabel dimana untuk subyek ketentuan $df = N-2$ pada penelitian ini karena $N = 100$, berarti $100-2=98$ dengan menggunakan taraf 1% maka diperoleh r tabel = 0,256 (Sugiono, 2008).

Uji reabilitas adalah pengukur untuk suatu gejala. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin stabil alat tersebut untuk digunakan. Menurut Supranto (1999) alat ukur dikatakan *reliable* (handal) kalau dipergunakan untuk mengukur berulang kali dalam kondisi yang relatif sama, akan menghasilkan data yang sama atau sedikit variasi. Tingkat reliabilitas suatu konstruk atau variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ (Ghazali, 2005).

E. Analisis Data

Analisis data adalah cara yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh sehingga didapatkan suatu kesimpulan (Hadi, 2000). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik. Kelebihan metode statistik untuk menganalisis adalah:

- a. Statistik bekerja dengan angka-angka yang menunjukkan nilai atau harga.
- b. Statistik bersifat obyektif sehingga unsur-unsur subjektif dapat dihindari.
- c. Statistik bersifat universal, dalam arti digunakan hampir dalam semua penelitian.

Analisis data yang digunakan yakni menggunakan metode analisis data kuantitatif, dalam pengukuran variabelnya menggunakan skala likert, dimana seorang responden dihadapkan pada beberapa pertanyaan kemudian diminta memberikan jawabannya.

Hasil perhitungan dari skor kemudian digunakan dalam analisis statistik yang dilakukan dengan bantuan komputer, menggunakan program SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) for windows versi 16.0 untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antar variabel-variabel penelitian dengan menggunakan uji data sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui item-item instrumen yang valid dan atau item-item instrumen yang tidak valid. Rumus statistik yang digunakan untuk pengujian validitas adalah statistik koefisien korelasi *product moment*. Fungsi rumus ini adalah mengetahui validitas pada setiap item kuisisioner penelitian. (Sugiyono, 1991).

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan guna mengetahui konsistensi dari alat ukur/instrumen yang digunakan, sehingga hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya. Rumus statistik yang digunakan adalah teknik *reliability analysis Alpha Cronbach*. Fungsi rumus ini adalah untuk mengetahui reliabilitas instrumen kuisisioner sebagai alat ukur tingkat kepuasan pelanggan. (Sugiyono, 1991).

c. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah terdapat variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik dapat diketahui dengan menggunakan grafik histogram, yang dapat terlihat jika data memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Selain itu, dapat juga dengan melihat angka probabilitas *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal, dan jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal (Ghozali, 2005).

d. Uji Korelasi

Menurut (Sugiyono, 1991) analisis korelasi digunakan untuk mengukur besarnya hubungan antara kelompok nilai (variabel x) dengan kelompok nilai lainnya (variabel y). Uji korelasi ini dipilih dalam penelitian ini dengan pertimbangan bahwa kedua variabel penelitian tingkat pengukurannya adalah ordinal. Uji korelasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Kendal Tau*.