

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei (Arikunto, 2013). Metode survei yakni pengamatan dan penyelidikan secara kritis untuk mendapatkan keterangan yang tepat terhadap suatu persoalan dan obyek tertentu di daerah kelompok komunitas atau lokasi tertentu akan ditela'ah (Ruslan, 2010).

3.1.2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wirausahawan dan perusahaan perbankan di Kota Bengkulu.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu minimal 100 nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu.

3.1.3. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dimana sampel diambil berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, yaitu hanya nasabah Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu (Rahayu, 2005).

3.1.4. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2010). Data primer dalam hal ini adalah rekapitulasi data dari hasil penyebaran kuesioner (instrumen penelitian) tentang kualitas pelayanan, inovasi produk, keunggulan bersaing, dan minat mereferensikan.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data penelitian dan pada kondisi tertentu pihak peneliti tidak perlu hadir (Ruslan, 2010). Data yang dibutuhkan berupa jawaban responden (penilaian) atas pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang disebarkan.

3.1.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.1.5.1. Definisi Operasional

a. Kualitas Pelayanan (X₁)

Parasuraman dkk., (Tjiptono, 2007) berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa

yang disediakan untuk konsumen. Parasuraman dkk., (Tjiptono, 2007) mengungkapkan untuk menilai kualitas pelayanan diperlukan penilaian atas kenyataan yang dirasakan oleh konsumen:

1. Keandalan (*Reliability*)

- Ketepatan waktu pelayanan
- Kecepatan pelayanan
- Keandalan sarana otomatis bank
- Keandalan pegawai terhadap keluhan nasabah

2. Tanggapan (*Responsiveness*)

- Tanggapan terhadap kebutuhan nasabah
- Tanggapan terhadap keluhan nasabah
- Pemenuhan semua keluhan nasabah
- Kepedulian pegawai terhadap keinginan nasabah
- Tanggung jawab yang dimiliki pegawai terhadap hasil kerja.

3. Keyakinan (*Assurance*)

- Pengetahuan semua karyawan
- Pengetahuan karyawan
- Kecakapan (*skill*) karyawan dalam melakukan perbaikan
- Tanggung jawab karyawan terhadap keamanan nasabah

4. Empati (*Empaty*)

- Memberikan perhatian secara individual kepada nasabah
- Pelayanan yang ramah dan sopan
- Petugas bank memberikan kesan yang baik kepada nasabah

- Pelayanan yang tidak membedakan kelas
- Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan nasabah

5. Berwujud (*Tangible*)

- Kerapian penampilan nasabah
- Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik.
- Bank memiliki ruang tunggu yang nyaman.
- Tempat parkir yang luas.

b. Inovasi Produk (X_2)

Inovasi produk adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai keinginan nasabah agar nasabah merasa puas terhadap apa yang dijual kepada nasabah. Indikator inovasi produk antara lain (Lukas & Ferrell, 2000):

1. Perluasan lini (*line extensions*) yaitu produk yang dihasilkan perusahaan tidaklah benar-benar baru, tetapi relatif baru untuk sebuah pasar.
2. Produk baru (*me too-product*) yaitu produk baru bagi perusahaan, tetapi tidak baru bagi pasar.
3. Produk benar-benar baru (*new-to-the-world-product*) adalah produk yang termasuk baru baik bagi perusahaan maupun pasar.

c. Minat Mereferensikan (Y)

Minat mereferensikan adalah keinginan konsumen atau pelanggan untuk mereferensikan informasi kepada masyarakat, antar konsumen atau pelanggan.

Indikator minat mereferensikan adalah:

1. Keinginan nasabah untuk mereferensikan informasi kepada masyarakat umum.
2. Keinginan nasabah untuk mereferensikan informasi kepada antar nasabah.

3.1.5.2. Pengukuran Variabel (Instrumen Penelitian)

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu variabel dalam penelitian (Sugiyono, 2017). Pengukuran variabel (instrumen penelitian) dalam penelitian ini, yaitu mengukur variabel inovasi produk (inovasi inkremental dan inovasi radikal) dan keunggulan bersaing. Menurut Sugiyono (2017), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian.

3.1.6. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

3.1.6.1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Pengujian validitas dilakukan dengan metode *Pearson Product Moment* digunakan untuk menguji unidimensional, validitas dan reliabilitas model pengukuran konstruk yang tidak dapat diukur langsung (Vinci *et al.*, 2010). Masing-masing pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka r_{xy} pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Perhitungan validitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows*. Jika nilai r -hitung (r_{xy}) > r -tabel, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel penelitian adalah valid.

3.1.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana satu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Rahayu, 2005). Untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\alpha} > 0,60$. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows* (Sugiyono, 2017).

3.2. Metode Analisis Data

3.2.1. Analisis Frekuensi Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden dalam penelitian ini adalah analisis yang menggambarkan demografi responden yang meliputi; jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, dan lama menjadi nasabah.

3.2.2. Analisis Frekuensi Deskripsi Variabel

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi variabel penelitian yang menggambarkan jawaban dalam bentuk frekuensi (Sangat Rendah, Rendah, Sedang, Tinggi, Sangat Tinggi) dan atau nilai *mean* dari responden atas kuesioner yang diberikan pada masing-masing variabel kualitas pelayanan, inovasi produk, dan minat mereferensikan.

a. Analisis Kuantitatif (Uji Hipotesis)

Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan angka-angka. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier dengan tujuan

untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

1. Analisis Regresi Linier

Analisis Regresi Linier dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat mereferensikan Nasabah pada Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu dan mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap minat mereferensikan Nasabah pada Bank BRI Unit Bintuhan Cabang Manna Bengkulu. Model persamaan Regresi Linier Berganda yang digunakan dengan formula sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

Keterangan:

Y = Minat Mereferensikan

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Inovasi Produk

b₀ = Konstanta

b₁.b₂ = Koefisien Regresi

e_i = *Error Term*

2. Uji Signifikan t (Uji t)

Uji signifikan atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X₁, X₂, dan X₃...) terhadap variabel dependen (Y) secara individual (parsial) dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap atau konstan (Gujarati, 2009). Penentuan kriteria pengujian, penelitian ini

menggunakan uji satu sisi kanan dengan taraf signifikan (*level of significant*) α 5% dan daerah penolakannya berada di sisi kanan kurva yang luasnya α . Bila **probabilitas** $t\text{-statistik} > 0,05$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Bila **probabilitas** $t\text{-statistik} \leq 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Signifikan F (Uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Langkah-langkah:

a) Merumuskan hipotesis:

$H_0: b_1 = b_2 = 0$ (Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan).

$H_a: b_1 \neq b_2 \neq 0$ (Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan).

b) Menentukan kriteria pengujian

Dengan *level of significant* (α) 5 % dan df pembilang $k-1$ dan penyebut $n-k$, dimana k adalah jumlah variabel independen.

- Bila **probabilitas** $F\text{-statistik} \leq \text{Level of Significant} = 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

-Bila **probabilitas** $F\text{-statistik} > \text{Level of Significant} = 0,05$, maka H_0 diterima, artinya secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan secara komprehensif terhadap variabel dependen serta pengaruhnya secara parsial. Nilai koefisien determinasi (R^2) mempunyai *range* antara 0-1. Semakin besar R^2 mengindikasikan semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

