BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif untuk menggambarkan bagaimana pengaruh variable persepsi pelanggan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pemakai kartu kredit BRI di Bandar Lampung.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Data Primer

Data primer menurut Supranto adalah data yang langsung diperoleh dari obyeknya. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil survey dan pengisian kuesioner untuk mengetahui persepsi pelanggan, kualitas produk dan kepuasan konsumen pengguna Kartu Kredit BRI di Bandar Lampung yang mempengaruhi loyalitas.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer (Iqbal, 2008). Dalam penelitian ini data sekunder berupa data pengguna Kartu Kredit BRI di Bandar Lampung pada periode 2014.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

3.3.1 Kuesioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup.

kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Sugiyono (2010, p.135). Peneliti membuat beberapa kuesioner yang akan dibagikan kepada nasabah Bank Rakyat Indonesia di Bandar Lampung. Setiap pertanyaan yang akan diajukan akan diberi skor. Dari setiap pertanyaan tersebut ditentukan skornya dengan menggunakan skala Likert, yaitu (1, 2, 3, 4, 5) Sugiyono (2010, p.86). Dengan kriteria umum untuk skor yang digunakan jawaban adalah :

a. Sangat Setuju : Nilai 5
b. Setuju : Nilai 4
c. Netral : Nilai 3
d. Tidak Setuju : Nilai 2
e. Sangat Tidak Setuju : Nilai 1

3.3.2 Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan langsung kepada responden. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, saat peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang harus dan akan diteliti. Sugiyono (2010, p.130). Guna mendapakan data-data sekunder yang dapat mendukung dalam proses penulisan skripsi.

3.3.3 Studi pustaka

Pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku literatur, jurnal-jurnal dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Iqbal (2008) populasi adalah keseluruhan nilai, hasil pengukuran ataupun perhitungan, kualitatif maupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-

sifatnya. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah individu yang sedang menggunakan kartu kredit BRI di Bandar Lampung yang terealisasi sebesar 1060 nasabah visa dan 1669 nasabah master kartu kredit Bank Rakyat Indonesia di Bandar Lampung data di dapat dari hasil penelitian penulis bedasarkan data bulan Januari sampai Oktober 2013 di Bank Rakyat Indonesia.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut (Arikunto, 2006). Penelitian ini mengambil sampel konsumen yang menggunakan kartu kredit dari BRI di Bandar Lampung minimal enam bulan lamanya. Penelitian menggunakan rumus penentuan ukuran sampel yang dinyatakan oleh *Slovin* (Husain Umar, 2003:165). Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus Slovin yaitu :

$$\mathbf{n = \frac{N}{1 + Ne^2}}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran karena ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi), yaitu 10%

Jika tingkat kesalahan yang diinginkan (e) adalah 10% ; N= 1060 (Visa) dan 1669 (Master), maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 1060 + 1669 = 2729:

$$n = \frac{2729}{1 + 2729\,(0.10)^2}$$

= 99,963 dibulatkan menjadi 100 responden kartu kredit Bank Rakyat indonesia

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sample dengan menggunakan metode *purposive* ***s****ampling*, yaitu pengambilan sample yang berdasarkan pertimbangan tertentu dan harus *representative* atau mewakili populasi yang akan diteliti. Adapun pertimbangan yang akan dilakukan dalam mengambil sampel yang akan diteliti yaitu; responden yang diteliti adalah konsumen yang menggunakan Kartu Kredit BRI di Bandar Lampung minimal selama enam bulan, menetap di Bandar Lampung, laki-laki atau wanita yang berusia 25 tahun keatas yang mempunyai kartu kredit BRI.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu. Pengertian operasional variabel terdapat pada Tabel 3.1 berikut ini

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Persepsi pelanggan (X1)	Standar internal yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas suatu pengalaman jasa /keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang	Persepsi pelanggan terhadap kartu kredit Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Bandar Lampung	a) *Personal Need* / kebutuhan pribadi. b) *Explicit Services Promises* / janji pelayanan secara	Likert

		dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. CristopherH.Loveloc k (2007)		eksplisit. c) *Impisit Service Promises* / janji pelayanan secara implisit. d) Pengalaman masa lampau.	
2	Kualitas produk (X2)	Kemampuan sebuah produk dalam memenuhi persepsi pelanggan dan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Dari definisi tersebut maka indikator empiris dari variabel Kualitas Produk menurut yaitu (Fandi Tjiptono, 2001).	Kualitas Produk kartu kredit Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Bandar Lampung	a) Kinerja (*performance*). b) Ciri – ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*). c) Keandalan *(reliability*) d) Kesesuaian dengan spesifkasi *(conformance to specification)* e) Daya tahan *(durability*) f) Kegunaan *(serviceability*)	Likert

				g) Estetika *(aestetich)* *h)* Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality)*	
3	Kepuasan pelanggan (X3)	Reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja suatu jasa. Dari definisi tersebut maka indikator empiris dari variabel Kepuasan Konsumen menurut yaitu (Mowen dan Michael Minor, 2008).	Kepuasan Pelanggan terhadap kartu kredit Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Bandar Lampung	a) Keluhan yang teratasi b) Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk c) Kesesuaian dengan expectasi/ persepsi pelanggan d) Persepsi pelanggan yang terlampaui	Likert
4	Loyalitas pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah rangkaian aktivitas konsumen yang akan	Loyalitas Pelanggan terhadap kartu kredit Bank	a) Pembelian berulang. b) Komitmen menggunakan	Likert

		melakukan pembelian berulang (Mowen dan Minor, 2008).	Rakyat Indonesia (BRI) di Bandar Lampung	jasa lainnya.	

3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1 Uji validitas

Uji validitas digunakan metode perhitungan factor analisis, dengan kriteria butir pertanyaan dinyatakan valid adalah butir pernyaan yang memiliki factor loading > 0.700 (Arikunto, 2006).

3.6.2 Uji Reliabilitass

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (a). Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* (a) > 0,6 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2001: 42).

3.7 Persyaratan Analisis Data

3.7.1 Uji Normalitas Sampel

Menurut Rusman (2006, p.40), apakah kita menggunakan data n sampel yang diambil dari sejumlah populasi terlebih dahulu perlu diuji kenormalitasan sampel tersebut dengan tujuan apakah jumlah sampel tersebut sudah representatif atau belum sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Non parametrik one sample Kolmogorov Smirnov* (*KS*).

Prosedur pengujian:

1. Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal
   Ha : Data dari populasi yang tidak berdistribusi normal
2. Apabila nilai (sig) < 0,05 berarti sampel tidak normal
   Apabila nilai (sig) > 0,05 berarti sampel normal
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 17.0*).

3.7.2 Uji Homogenitas Sampel

Menurut Rusman (2006, p.44), uji homogenitas sampel adalah untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi itu bervariasi homogen atau tidak. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji test *homogenity of variances*.

Prosedur pengujian:

1. Ho : Varians populasi adalah homogen
   Ha : Varians populasi adalah tidak homogen
2. Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka Ho diterima
   Jika probabilitas (sig) < 0,05 maka Ho ditolak
3. Pengujian homogenitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 17.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X homogen atau tidak homogen.

3.7.3 Uji Liniertitas

Uji liniertitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.

Prosedur pengujian:

1. Ho : Model regresi berbentuk linier
   Ha : Model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka Ho diterima
   Jika probabilitas (sig) < 0,05 maka Ho ditolak

3. Pengujian Linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 17.0*)

3.7.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antar sesama variabel independen. Dan untuk pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan antara koefisien determinasi simultan dengan determinasi antar variabel.

Prosedur pengujian :

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolineritas.
   Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolineritas.
2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolineritas.
   Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolineritas.
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 17.0*).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dengan angka-angka, analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil.

3.9 Analisis Regeresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi dimana variable terikatnya (Y) dihubungkan/dijelaskan lebih dari satu variable, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas (X1,X2,X3,…,Xn) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear (Iqbal Hasan, 2008).

Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu persepsi pelanggan (X1), kualitas produk (X2), kepuasan pelanggan (X3) mempengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu loyalitas pelanggan (Y). Bentuk matematisnya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

dimana :

Y = loyalitas pelanggan

a = konstanta persamaan regresi

b1 = koefisien regresi variabel persepsi pelanggan (X1)

b2 = koefisien regresi variabel kualitas produk (X2)

b3 = koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan (X3)

X1 = persepsi pelanggan

X2 = kualitas produk

X3 = kepuasan pelanggan

e = standar error