

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian**

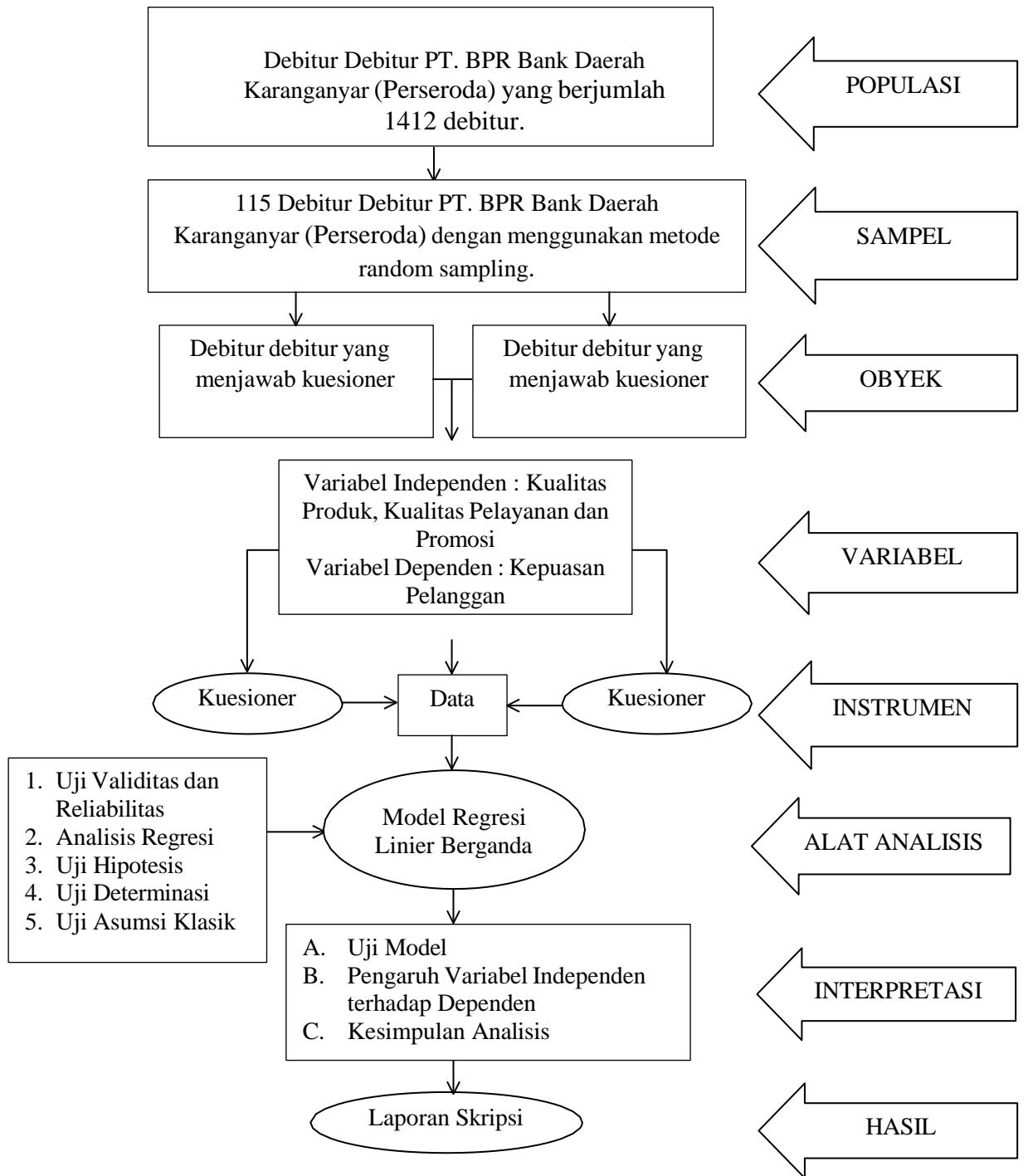
Penelitian ini mengambil lokasi di kantor PT.BPR Bank Daerah Karanganyar (Perseroda). Sedangkan yang menjadi obyek penelitian adalah debitur debitur PT. BPR Bank Daerah Karanganyar (Perseroda).

##### **2. Desain Penelitian**

Desain penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Tujuan penelitian untuk menguji hipotesis tentang strategi antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Debitur PT. BPR Bank Daerah Karanganyar (Perseroda).
- b. Data atau informasi yang dibutuhkan didapat dari respon para debitur yang telah menggunakan jasa pinjaman PT. BPR Bank Daerah Karanganyar (Perseroda). Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 115 debitur.
- c. Data diolah dan dianalisis menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan berbagai asumsi maupun pengujian yang berlaku.
- d. Hasil penelitian diinterpretasikan dan diimplikasikan untuk menjawab masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.

Uraian diatas dapat disusun secara visual dalam bentuk gambar desain penelitian yang dapat dilihat pada gambar 3.1



**Gambar 3.1 Desain Penelitian**

### **3. Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **a. Variabel Penelitian**

##### **1) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Menurut Sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel dependen adalah sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini sebagai variabel terikat adalah kepuasan debitur yang selanjutnya dalam penelitian ini disebut dengan Y.

##### **2) Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Menurut Sugiyono (2017:68) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini sebagai variabel bebasnya adalah Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) PT. BPR Bank Daerah Karanganyar (Perseroda).

#### **b. Definisi Operasional Variabel**

Operasional variabel diperlukan untuk menjelaskan konsep variabel, indikator, serta skala dari variabel yang terkait dalam penelitian. Adapun definisi operasional penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1) Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Tjiptono (2008), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil akhir dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang diterima. Indikator dari kepuasan pelanggan adalah:

- a) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan
- b) Konfirmasi Harapan
- c) Minat Pembelian Ulang
- d) Kesediaan untuk Merekendasikan
- e) Ketidakpuasan Pelanggan

## 2) Kualitas Produk (X1)

Menurut Kotler dan Keller, (2018:142) Produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya.

Indikator produk yaitu:

- a) *Performance* (kinerja),
- b) *Durability* (dayatahan),
- c) *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi),
- d) *Features*(fitur),
- e) *Reliability* (reliabilitas)

### 3) Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan debitur demi tercapainya kepuasan pada debitur itu sendiri, Menurut Kotler (2002:83). Indikator kualitas pelayanan antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Penampilan
- b) Tepat Waktu dan Janji
- c) Kesediaan Melayani
- d) Pengetahuan dan Keahlian
- e) Kesopanan dan Ramah Tamah

### 4) Promosi

Promosi merupakan serangkaian komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, memotivasi, dan mempengaruhi pembelian atau perilaku target pasar, Kotler & Keller (2016). Indikator promosi antara lain:

- a. Pesan promosi,
- b. Media promosi,
- c. Waktu promosi,
- d. Frekuensi promosi

**Tabel 3.1 Variabel Dependen**

No	Variabel	Indikator	Skala	Sumber
1	<p><b>Kepuasan pelanggan (Y)</b> Menurut Tjiptono (2008), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil akhir dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang diterima.</p>	<p>a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan. b. Komfirmasi Harapan. c. Minat Pembelian Ulang. d. Kesediaan Untuk Merekomendasikan. e. Ketidakpuasan Pelanggang.</p>	Interval	Angket

**Tabel 3.2 Variabel Independen**

No	Variabel	Indikator	Skala	Sumber
1	<p><b>Kualitas Produk (X1)</b> Produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya Menurut Kotler dan Keller, (2018:142)</p>	<p>a. <i>Performance</i> (kinerja) b. <i>Durability</i> (daya tahan) c. <i>Conformanceto Specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi) d. <i>Features</i> (fitur), e. <i>Reliabilty</i> (reliabilitas)</p>	Interval	Angket
2	<p><b>Kualitas Pelayanan (X2)</b> Kualitas pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan debitur demi tercapainya kepuasan pada debitur itu sendiri, Menurut Kotler (2002:83).</p>	<p>a. Penampilan. b. Tepat Waktu dan Janji. c. Kesediaan Melayani. d. Pengetahuan dan Keahlian. e. Kesopanan dan Ramah Tamah.</p>	Interval	Angket
3	<p><b>Promosi (X3)</b> Promosi merupakan serangkaian komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, memotivasi, dan mempengaruhi pembelian atau perilaku target pasar, Kotler &amp; Keller (2016).</p>	<p>a. Pesan promosi, b. Media promosi, c. Waktu promosi, d. Frekuensi promosi</p>	Interval	Angket

## 4. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah kelompok atau kumpulan individu-individu atau obyek penelitian yang memiliki standar-standar tertentu dari ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2019: 215), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda - benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah Debitur PT. BPR Bank Daerah Karanganyar (Perseroda) yang berjumlah 1.412 debitur debitur yang sudah pernah menggunakan jasa pinjaman di PT. BPR Bank Daerah Karanganyar (Perseroda).

### b. Sampel

Menurut Santoso (2020: 29), sampel bisa didefinisikan sebagai sekumpulan data yang diambil atau diseleksi dari suatu populasi. Menurut Sugiyono (2010: 135) dijelaskan bahwa 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 dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang

diambil dari populasi itu. Dalam menentukan data yang akan diteliti, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Metode random sampling yaitu metode pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih.

Menurut Hair et al (2010) yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimal 50 atau yang terbaik adalah lebih dari 100 responden. Dengan demikian penentuan jumlah sampel minimum dihitung berdasarkan rumus Hair et al (2010), sebagai berikut:

$$N = (\text{antara } 5 \text{ hingga } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$$

$$= 6 \times 19$$

$$= 114 \text{ dibulatkan menjadi } 115 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini minimal berjumlah 115 responden dari debitur debitur PT. BPR Bank Daerah Karanganyar (Perseroda).

## 5. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dari dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

### a. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner penelitian yang disebarluaskan kepada debitur PT. BPR Bank Daerah Karanganyar (Perseroda) yang jumlahnya 115 debitur.

**b. Data Sekunder**

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari literatur-literatur, jurnal penelitian dan data-data kepustakaan lainnya.

**6. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarluaskan kuesioner kepada responden. Kuesioner berisi pernyataan mengenai produk lokasi, kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan pelanggan. Pengukuran terhadap variable dengan menggunakan skala liker tuntuk keperluan analisis. Skala likert ini digunakan untuk mengukur respon subyek kedalam 5 (lima) poin skala dengan interval yang sama, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Alternatif jawaban Sangat Setuju, dengan skor 5
- b. Alternatif jawaban Setuju, dengan skor 4
- c. Alternatif jawaban Netral, dengan skor 3
- d. Alternatif jawaban Tidak Setuju, dengan skor 2
- e. Alternatif jawaban Sangat Tidak Setuju, dengan skor 1

**7. Metode Analisis Data**

**a. Uji Instrumen**

**1) Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner (Ghozali, 2017:52). Sah atau valid diartikan bahwa kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Cara yang paling banyak dipakai untuk

mengetahui validitas suatu kuesioner adalah dengan cara mengorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item (pertanyaan atau pernyataan) dengan skor total haruslah signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Untuk menguji validitas dari kuesioner yang ada, dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5% digunakan rumus koefisien korelasi product moment yaitu, (Arikunto Suharsimi, 2018:314) :

Dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\bar{a}_{xy}) - (\bar{a}_x \bar{a}_y)}{\sqrt{n(\bar{a}_x^2 - (\bar{a}_x)^2)} \sqrt{n(\bar{a}_y^2 - (\bar{a}_y)^2)}}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisienkorelasi product moment

$\bar{a}_x$  = Jumlah masing-masing butir variable independen

$\bar{a}_y$  = Jumlahskor total variable dependen

$\bar{a}_{xy}$  = Jumlahantaraskor x dan y

$n$  = Jumlahsubyek/sampel

Jika nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  maka dapat dikatakan valid

Jika nilai  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  maka dapat dikatakan tidak valid

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2019:45). Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach Alfa* ( $\alpha$ ). Suatu variable

dikatakan *reliable* jika memberikan nilai  $Cronbach's\alpha > 0,60$ . sedangkan, jika sebaliknya data tersebut dikatakan tidak *reliable* (Ghozali, 2019:45-46). Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut (Arikunto Suharsimi, 2016:231) :

$$r = \frac{K \cdot \bar{a}}{K - 1 + \bar{a}}$$

Keterangan:

$r$  = Reliabilitas instrumen

$K$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\bar{a}$  = Jumlah varian butir

$s^2$  = Varian total

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variable dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variable tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistika mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

## 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi bebas multikolinieritas atau tidak. Memperhatikan nilai toleransi dan nilai VIF (*Variance Inflation factor*), apabila nilai  $VIF > 10$  dan nilai tolerance  $< 0,10$ , maka variabel tersebut terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai  $VIF < 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$  maka variabel tersebut bebas multikolinearitas.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan kepengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variable terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

## 4) Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) autokorelasi dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Permasalahan ini muncul karena residual

tidak bebas pada satu observasi keobservasi lainnya. Untuk model regresi yang baik adalah pada model regresi yang bebas dari autokolerasi. Untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya auto korelasi adalah dengan melakukan uji Run Test. Run test merupakan bagian dari statistik non-parametrik yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian, apakah antar residual terjadi korelasi yang tinggi. Apabila antar residual tidak terdapat hubungan korelasi, dapat dikatakan bahwa residual adalah random atau acak. Dengan hipotesis sebagai dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016): Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kurang dari 5% atau 0,05, maka untuk H0 ditolak dan Ha diterima. Hal tersebut berarti data residual terjadisecara tidak acak (sistematis). Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 5% atau 0,05, maka untuk H0 diterima dan Ha ditolak. Hal tersebut berarti data residual terjadi secara acak (random).

### c. Uji Hipotesis

#### 1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen atau variabel bebasnya adalah rekrutment, seleksi dan pengalaman kerja. Sedangkan variabel dependen atau variabel terkaitnya adalah kinerja karyawan, bentuk persamaannya adalah sebagai berikut

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan Debitur

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Produk

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

$X_3$  = Promosi

$e$  = Error

#### 2) Uji Statistik t (Uji t)

Uji statistik t disebut juga sebagai uji signifikansi individual (parsial). Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Hasil uji parsial ini memberikan makna bahwa apabila setiap variable independen bertambah satu satuan maka variable dependennya

akan bertambah sebesar koefisien regresi dari masing-masing variable independennya.

Bentuk pengujinya adalah:

$H_0: b_1 = 0$ , artinya suatu variable independen tidak berpengaruh terhadap variable dependen.

$H_a: b_1 \neq 0$ , artinya variable independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

Apabila Probabilitas  $< \alpha = 5\%$ , maka  $H_a$  diterima.

Apabila Probabilitas  $> \alpha = 5\%$ , maka  $H_a$  ditolak.

### 3) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dengan F-test bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya, yaitu:

- a) Bila  $F_{hitung} > F_{table}$  atau probabilitas  $< \text{nilai signifikan}$  ( $Sig \leq 0,05$ ), maka hipotesis dapat ditolak, ini berarti bahwa secara simultan variable independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependen.
- b) Bila  $F_{hitung} < F_{table}$  atau probabilitas  $> \text{nilai signifikan}$  ( $Sig \geq 0,05$ ), maka hipotesis diterima, ini berarti bahwa secara simultan variable independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependen.

#### 4) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2019:87). Nilai koefisiensi determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali 2019:87)