

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai pengaruh *service convenience* dalam bentuk *Drive Thru* ATM terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan objek penelitiannya terdiri dari variabel bebas (X_1) adalah *service convenience* dengan indikator *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan), *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas), *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi), *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat), *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat) dengan penerapan *Drive Thru* ATM.

Variabel terikat (Y) adalah loyalitas nasabah dengan indikator *Makes regular repeat purchase*. (melakukan pembelian secara teratur), *Purchase across product are service lines*. (membeli diluar lini produk atau jasa), *Refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain), *Demonstrate immunity to the pull of the competition* (tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing)

Penelitian ini dilakukan pada saat tertentu, yaitu penelitian dilakukan selama 3 bulan pada bulan Mei 2008 – Juli 2008. Oleh karena itu metode yang digunakan adalah metode *Cross Sectional*. Menurut Umar (2003:45) bahwa yang dimaksud dengan metode *cross sectional* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang

Objek penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi. Penelitian lebih difokuskan pada penerapan *service convenience* dalam bentuk *Drive Thru* ATM terhadap proses loyalitas nasabah Bank Mandiri.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2006:11) menjelaskan bahwa, penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian *deskriptif* disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *service convenience* dalam bentuk *Drive Thru* ATM dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi. Adapun jenis penelitian *verifikatif* menurut Arikunto (2006:7) pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Pada penelitian ini di uji mengenai pengaruh *service convenience* dalam bentuk *Drive Thru* ATM terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi.

3.2.1.2 Metode Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey*. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono

(2006:7) "Penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologi maupun psikologis".

Pada penelitian dengan menggunakan metode *survey*, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kerja secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Selain itu karena penelitian dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu bulan Februari 2009 sampai dengan bulan Juni 2009, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu kurang dari satu tahun (Umar, 2003).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *service convenience* dalam bentuk *Drive Thru* ATM terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi. Variabel bebas (X) adalah *service convenience* dengan indikator *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan), *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas), *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi), *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat), *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat) dengan penerapan *Drive Thru* ATM.

Masing-masing indikator dari *service convenience* memiliki indikator masing-masing yang merupakan hal yang akan diteliti dalam angket. *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan) memiliki beberapa indikator diantaranya:

1. Kesesuaian penggunaan *Drive Thru* ATM dengan keadaan nasabah, artinya adalah, penggunaan layanan *Drive Thru* ATM sudah sesuai dengan keadaan nasabah saat ini yang lebih menginginkan efektifitas dan efisiensi.
2. Kemudahan dalam mendapatkan informasi dalam fasilitas *Drive Thru* ATM. Pihak Bank memberikan informasi yang jelas bagaimana cara menggunakan layanan *Drive Thru* ATM.
3. Kemudahan dalam menentukan layanan apa yang akan digunakan dalam fasilitas *Drive Thru* ATM. Fitur yang terdapat dalam fasilitas *Drive Thru* ATM memberikan kemudahan untuk menentukan layanan transaksi yang akan dilakukan oleh nasabah.

Acess Convenience (kenyamanan aksesibilitas) meliputi beberapa indikator yaitu:

1. Kemudahan penjangkauan fasilitas *Drive Thru* ATM. Nasabah dapat menjangkau layanan *Drive Thru* ATM dengan tangan nasabah tanpa harus turun dari kendaraan.
2. Kestrategisan lokasi *Drive Thru* ATM . Lokasi *Drive Thru* ATM berada di tempat yang strategis.

Transaction Convenience (kenyamanan bertransaksi) meliputi beberapa indikator yaitu:

1. Keefisienan dalam biaya apabila menggunakan *Drive Thru* ATM. Dengan fasilitas *Drive Thru* ATM, nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya untuk parkir kendaraan.
2. Kemudahan dalam bertransaksi. *Drive Thru* ATM memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi.

3. Kecepatan pelayanan *Drive Thru* ATM. Layanan *Drive Thru* ATM membantu nasabah dalam mengefesiensi waktunya.

Benefit Convenience (kenyamanan manfaat) meliputi beberapa indikator yaitu:

1. Keefektifan penggunaan layanan *Drive Thru* ATM. Layanan *Drive Thru* ATM merupakan layanan yang efektif.
2. Kemudahan penggunaan *Drive Thru* ATM. Apabila dibandingkan dengan ATM *Regular*, *Drive Thru* ATM lebih mudah digunakan.

Postbenefit Convenience (kenyamanan setelah merasakan manfaat) meliputi beberapa indikator yaitu:

1. Kehandalan pelayanan *Drive Thru* ATM. Fitur yang terdapat dalam layanan *Drive Thru* ATM sudah lengkap dan dapat melayani berbagai macam transaksi.
2. Kemudahan menggunakan kembali *Drive Thru* ATM. Apabila setelah nasabah melakukan transaksi, dan merasa ada yang harus nasabah lakukan kembali, maka nasabah dapat dengan mudah memutar kendaraannya kembali, oleh karena *layout Drive Thru* ATM yang mempermudah nasabahnya.
3. Kelengkapan sarana penunjang layanan *Drive Thru* ATM. Sarana penunjang yang seharusnya ada pada layanan *Drive Thru* ATM adalah lampu, *drive thru way*, dekorasi ATM, Informasi mengenai bank, peringatan akan penipuan, data bank peserta ATM Bersama.

Variabel terikat (Y) adalah loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan Bank Mandiri yang memiliki indikator *makes regular repeat purchase*

(melakukan pembelian secara teratur), *purchase across product are service lines* (membeli di luar lini produk/ jasa), *refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain), *demonstrate immunity to the pull of the competition* (tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing).

Skala yang digunakan oleh peneliti adalah *semantic differential*. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawabannya sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/ karakteristik tertentu yang dipunyai seseorang. Tabel 3.1 menyajikan operasionalisasi variabel

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Service Convenience</i> (X)	Persepsi konsumen terhadap waktu dan usaha berkaitan dengan pembelian atau pemakaian suatu jasa Berry, <i>et al.</i> dalam Tjiptono (2006:60)	<i>Decision Convenience</i>	• Tingkat kesesuaian penggunaan <i>Drive Thru</i> ATM dengan keadaan nasabah	Interval	(+) 16 (-) 14
			• Tingkat kemudahan dalam mendapatkan informasi dalam fasilitas <i>Drive Thru</i> ATM	Interval	(+) 11 (-) 18
			• Tingkat kemudahan dalam menentukan layanan apa yang akan digunakan dalam fasilitas <i>Drive Thru</i> ATM	Interval	(+) 22 (-) 3
		<i>Access Convenience</i>	• Tingkat kemudahan penjangkauan fasilitas	Interval	(+) 20 (-) 24

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
			<i>Drive Thru</i> ATM		
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Kestrategisan lokasi <i>Drive Thru</i> ATM 	Interval	(+) 5 (-) 13
		<i>Transaction Convenience</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keefisienan dalam biaya penggunaan <i>Drive Thru</i> ATM 	Interval	(+) 23 (-) 4
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan dalam bertransaksi dengan fasilitas <i>Drive Thru</i> ATM 	Interval	(+) 2 (-) 9
		<i>Benefit Convenience</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keefektifan penggunaan layanan <i>Drive Thru</i> ATM 	Interval	(+) 6 (-) 21
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan penggunaan <i>Drive Thru</i> ATM 	Interval	(+) 15 (-) 10
		<i>Postbenefit Convenience</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Kehandalan pelayanan <i>Drive Thru</i> ATM 	Interval	(+) 1 (-) 9
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Kemudahan menggunakan kembali <i>Drive Thru</i> ATM 	Interval	(+) 8 (-) 17
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kelengkapan sarana penunjang layanan <i>Drive Thru</i> ATM 	Interval	(+) 12 (-) 7
		Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk	<i>Makes regular reperat purchase</i>	<ul style="list-style-type: none"> Frekuensi pembelian ulang
<i>Purchase across product are service lines</i>	<ul style="list-style-type: none"> Frekuensi pembelian diluar lini produk 			Interval	(+) 1 (-) 7
<i>Refers other</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat penciptaan Prospek/merekomendasi produk 			Interval	(+) 2 (-) 4
<i>Demonstrate immunity to the pull of the competition</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kekebalan terhadap produk pesaing 			Interval	(+) 6 (-) 8

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	menyebabkan perubahan perilaku Oliver (1996:321)				

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data dan Berbagai Referensi Buku

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2006:129) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu : data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian hasil penelitian pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan tulisan-tulisan ilmiah.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil penelitian empirik melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari berbagai media informasi dan komunikasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
				T1	T2	T3
1	Indeks Loyalitas Konsumen Indonesia	Sekunder	MarkPlus dalam InfoBank No.321		✓	

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
				T1	T2	T3
	Kategori Produk Perbankan		Desember 2007			
3.	Pertumbuhan Indeks Loyalitas Bank Mandiri Tahun 2005 - 2008	Primer	Data Internal Bank Mandiri		✓	
4	Strategi Meningkatkan Loyalitas yang dipilih oleh Bank Mandiri	Primer	Data Internal Bank Mandiri		✓	
5.	<i>Most Convenience Mortgage Of Bank Mandiri</i>	Primer	Data Internal Bank Mandiri			✓
6.	Jumlah <i>Drive Thru</i> ATM Mandiri Di Indonesia	Sekunder	SuaraKaryaOnline.com (16 Mei 2008)	✓		
7	Data Jumlah Pemegang Kartu ATM Bank Mandiri Cabang Setiabudi 2008					✓

T.1 = Mendeskripsikan tanggapan nasabah mengenai pengaruh *service convenience* dalam bentuk *Drive Thru* ATM Bank Mandiri yang terdiri dari *Decision Convenience, Access Convenience, Transaction Convenience, Benefit Convenience, Postbenefit Convenience*)

T.2 = Mendeskripsikan mengenai loyalitas nasabah Bank Mandiri yang terdiri dari *Makes regular repeat purchase.* (melakukan pembelian secara teratur), *Purchase across product are service lines.* (membeli diluar lini produk atau jasa) , *Refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain), *Demonstrate immunity to the pull of the competition* (tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing)

T.3 = Menjelaskan seberapa besar *service convenience* dalam bentuk *Drive Thru* ATM mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Apabila peneliti mengumpulkan dan menganalisis suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam pelaksanaan

penelitian. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki objek atau subjek itu. Menurut Sugiyono, menjelaskan bahwa populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan” (Sugiyono, 2006:72). Sedangkan menurut pendapat Singarimbun dan Effendi (2006:152) yang dimaksud dengan populasi adalah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan di duga.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Populasi penelitian ini adalah nasabah pemegang kartu ATM di Bank Mandiri Cabang Setiabudi Kota Bandung berukuran 20.875 nasabah.

Tabel 3.3 menyajikan populasi nasabah pemegang kartu ATM Bank Mandiri di kota Bandung, Cabang Setiabudi.

TABEL 3.3
JUMLAH NASABAH PEMEGANG KARTU ATM BANK MANDIRI CABANG SETIABUDI 2008

	2005	2006	2007	2008
Januari	12.985	15.377	16.938	19.532
Februari	13.111	15.495	17.178	19.885
Maret	13.250	15.542	17.318	19.991
April	14.446	15.790	17.500	20.105

	2005	2006	2007	2008
Mei	14.503	15.909	17.654	20.198
Juni	14.694	16.007	17.998	20.284
Juli	14.730	16.269	18.209	20.399
Agustus	14.880	16.329	18.577	20.422
September	14.974	16.483	18.634	20.435
Oktober	15.022	16.501	18.719	20.541
November	15.177	16.694	19.008	20.633
Desember	15.290	16.760	19.267	20.875

Sumber data: Bank Mandiri Cabang Setiabudi 2008

3.2.4.2 Sampel

Apabila melakukan suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populasi yang ditentukan. "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi disebut sampel" (Sugiono, 2006:73).

Menurut Arikunto (2006:109), yang dimaksud dengan sampel adalah "Sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Sedangkan menurut Hermawan (2004:47), yang dimaksud dengan sampel adalah "suatu bagian (subset) dari populasi".

Ridwan (2004:56) mengemukakan, "sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti". Menurut Ridwan keuntungan menggunakan sampel antara lain:

1. Memudahkan peneliti untuk jumlah sampel yang lebih sedikit dibandingkan dengan menggunakan populasi dan apabila populasinya besar dikhawatirkan akan terlewat
2. Penelitian lebih efisien (dalam arti penghematan uang, waktu, dan tenaga)

3. Lebih teliti dan cermat dalam pengumpulan data
4. Penelitian lebih efektif

Dalam penelitian ini, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2004:73), "Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Peneliti berusaha untuk menentukan sampel representatif mungkin, maksudnya agar seluruh karakteristik populasi dapat tercermin dalam sampel tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, kita tidak perlu meneliti seluruh populasi, tetapi mengambil sampel yakni sebagian dari populasi yang dianggap mewakili seluruh populasi.

Dalam menentukan jumlah sampel digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus dari Al Rasyid (1994:44), yaitu :

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

(Al Rasyid,1994:44)

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2$$

(Al Rasyid,1994:44)

Keterangan :


- N = Populasi = 20.875 orang yang diambil dari jumlah nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi Desember 2008
- n = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standard deviator*) dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*
 δ = Bound of error yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 5

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- Jumlah item = 32
- Nilai tertinggi skor responden : $(32 \times 5) = 160$
- Nilai terendah skor responden : $(32 \times 1) = 32$
- Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah
 $= 160 - 32 = 128$
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*) diperoleh:
 $S = (0,21) (128) = 26,88$

Keterangan :

S = (0,21), berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk kurva kiri  , artinya jawaban responden kebanyakan ada di skor 4 dan 5 (Survei Penelitian Tanggal 25 Maret 2009 pada 30 nasabah)

- Dengan derajat kepercayaan

$$= 95\% \text{ dimana } \alpha = 0,05, Z = \left[1 - \frac{\alpha}{2} \right] = 0,975 = 1,96$$

(Lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

- Adapun perihal jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 terlebih dahulu sebagai berikut:

Diketahui:

$N = 20.875$ orang

$\alpha = 0,05$

$\delta = 5\%$

$$Z = \left[1 - \frac{\alpha}{2} \right] = 0,975 = 1,96$$

$S = 26,88$

$$n_o = \left[\frac{(1,96)(26,88)}{5} \right]^2$$

Jadi

$$n_o = \left[\frac{52,6848}{5} \right]^2$$

$$n_o = [10,53696]^2$$

$$n_o = 111,027526$$

Dengan demikian jumlah sampel minimal adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{111,027526}{1 + \frac{111,027526}{20.875}}$$

$$n = \frac{111,027526}{1 + 0,00531868}$$

$$n = 110,44013 = 110$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian berukuran 110 responden.. Untuk mendapatkan

ukuran sampel tersebut maka peneliti melakukan penarikan sampel pada nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sampling dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Rangkuti (2005:54) mengemukakan bahwa "Sampling adalah suatu cara mengumpulkan data dengan catatan sebagian kecil dari populasi saja, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan".

Untuk menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti, maka harus digunakan teknik sampling. Menurut Sugiyono (2005:73), "Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel". Sehingga dalam penelitian ini digunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Menurut Sugiyono (2005:74), "dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sedangkan menurut Harun Al Rasyid (2000:66) Teknik sampling mempunyai keuntungan yaitu standar *error* lebih sedikit, mudah dilakukan, dan teknik sampling bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling. Untuk mendapatkan anggota sampel dilakukan secara *systematik* (sampling sistematis). Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah:

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah seluruh nasabah yang telah melakukan transaksi melalui

Drive Thru ATM. Peneliti telah memiliki populasi nasabah yang berjumlah 20.875 orang.

2. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah selama 5 bulan.
3. Menentukan ukuran sampel (n) yang akan diambil dari keseluruhan anggota populasi (N), berdasarkan rumus Harun Al Rasyid sampelnya berukuran 110 orang.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang sistematis dan standar dalam pengadaaan data primer untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam metode ilmiah karena data yang dikumpulkan digunakan untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan.

Disini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik :

1. Kuesioner, yaitu merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan dan pertanyaan mengenai karakteristik responden, tanggapan responden tentang *Service Convenience* dalam Bentuk *Drive Thru* ATM seperti *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan), *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas), *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi), *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat), *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat) pada Bank Mandiri Cabang Setiabudi.

2. Studi literatur, yaitu merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti dari *Service Convenience* dalam layanan *Drive Thru* ATM (X) dengan indikator *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan), *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas), *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi), *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat), *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat) pada Bank Mandiri Cabang Setiabudi. Variabel terikat (Y) adalah loyalitas pelanggan dengan indikator *Makes regular repeat purchase*. (melakukan pembelian secara teratur), *Purchase across product are service lines*. (membeli diluar lini produk atau jasa) , *Refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain), *Demonstrate immunity to the pull of the competition* (tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing)
3. Wawancara
Wawancara dilakukan sebagai teknik komunikasi langsung dengan nasabah Bank Mandiri
4. Observasi
Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu *Service Convenience* dalam bentuk *Drive Thru* ATM Mandiri, serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah.

3.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.3.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Arikunto, yang dimaksud dengan validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2006:145).

Dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan validitas.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2) - (\sum X)^2\} \{(N \sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Di mana:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
 Y = Skor total
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
 n = Banyaknya responden

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Arikunto (2006:245) dapat dilihat pada tabel 3.5 sebagai berikut:

TABEL 3.4
KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Sumber : Arikunto (2006:245)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n-2$$

(Arikunto, 2006:157)

Keputusan pengujian validitas responden konsumen buah di Bank Mandiri Cabang Setiabudi Bandung, dengan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
3. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 kasus dengan tingkat kesalahan 5% dan derajat kebebasan (dk) = $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374

Pada penelitian ini yang diuji adalah validitas dari instrumen *service convenience* yang terdiri atas *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience*, dan *postbenefit convenience*.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan software SPSS 15.0 menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374 (lihat lampiran).

Pengukuran validitas *service convenience* pada dimensi *decision convenience* yang menunjukkan validitas tertinggi yaitu 0,713 sedangkan nilai terendah yaitu 0,434. *Access convenience* menunjukkan nilai tertinggi 0,803 dan nilai terendah 0,402. *Transaction convenience* menunjukkan nilai tertinggi 0,664 dan nilai terendah 0,434. *Benefit convenience* menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,713 dan nilai terendah 0,523. *Postbenefit convenience* menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,803 dan nilai terendah 0,402.

3.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Menurut Arikunto (2006:153), yang dimaksud dengan reliabilitas adalah “Menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu”.

Pengujian reliabilitas instrument dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alfa*, yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Umar, 2003:146})$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir soal
 σ_t^2 = Varians total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Umar, 2003:147})$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel

- σ = Nilai varians
 X = Nilai skor yang dipilih

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 15.0 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 15.0 *for window* menurut Kusnendi (2005:26) sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data *view*.
- 2) Klik variabel *view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala:ordinal).
- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang bernilai 0,374 (lihat lampiran) yaitu Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang bernilai 0,374 (lihat lampiran).

Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *service convenience* dengan r_{hitung} sebesar 0,931 sedangkan yang terendah yaitu loyalitas memiliki r_{hitung} sebesar 0,892.

3.4 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.4.1 Teknik Analisis Data

Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Di mana:

n = nilai yang diperoleh
N = jumlah seluruh nilai
100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul
3. Tabulasi data
Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Memberi skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur. Karena penelitian ini menganalisis dua variabel, yaitu *Service Convenience* (X) dan *Loyalitas Nasabah* (Y), maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*).

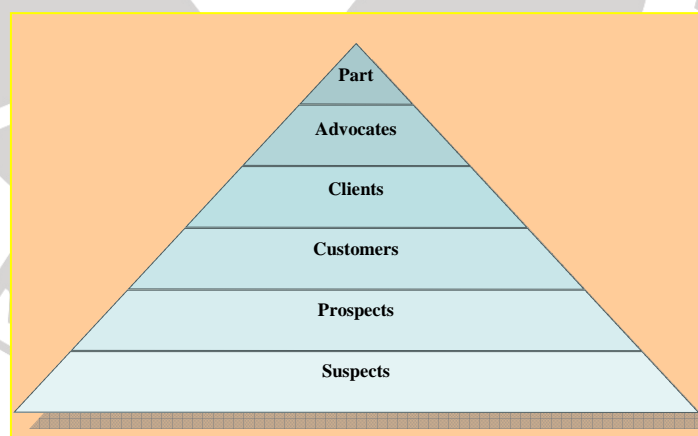
3.4.1.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Penelitian ini

menggunakan analisis deskriptif variabel penelitian, yaitu kualitas jasa dan loyallitas nasabah. Teori yang digunakan adalah teori Menurut Berry, *et al.* dalam Tjiptono (2006:60) *service convenience* adalah persepsi konsumen terhadap waktu dan usaha berkaitan dengan pembelian atau pemakaian suatu jasa. Sedangkan loyallitas menurut Griffin (2003:31-32), loyallitas memiliki beberapa karakteristik yaitu:

1. *Makes regular reperat purchase.* (melakukan pembelian secara teratur)
2. *Purchase across product are service lines.* (membeli diluar lini produk atau jasa)
3. *Refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain)
4. *Demonstrate immunity to the pull of the competition* (tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing)

Loyallitas memiliki banyak tingkatan. Menurut Griffin (2003:35), loyallitas terbagi atas:



Griffin (2003:35)

GAMBAR 3.1
THE LOYALTY PYRAMID

3.4.1.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*)

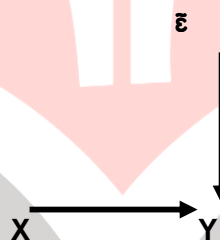
1. Teknik analisis data yang digunakan dalam pada penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen *service convenience* dalam layanan *Drive Thru ATM* (X) yang terdiri dari *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan), *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas), *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi), *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat), *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat) terhadap (Y) yaitu loyalitas pelanggan. Dalam hal ini analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) dengan variabel dependen (Y) baik secara langsung maupun tidak langsung.
2. Skala pengukuran yang digunakan adalah *semantic differential* yang digunakan untuk menentukan sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawabannya sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawabannya yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/ karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang dengan ketentuan:
 - a. Responden dapat memberikan jawaban, pada rentang jawaban yang positif sampai dengan negatif
 - b. Responden yang memberi penilaian dengan angka 5, berarti persepsi responden terhadap *service convenience* sangat positif, sedangkan jawaban pada angka 3, berarti netral, dan bila memberi jawaban pada

angka 1 maka persepsi responden pada *service convenience* sangat negatif.

TABEL 3.5
SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN
POSITIF DAN NEGATIF

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Agak Tidak Tinggi	Tidak Tinggi	Sangat Tidak Tinggi
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis di bawah ini.



GAMBAR 3.2
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X1 DAN Y

Keterangan :

X = *Service Convenience*

Y = Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi Bandung

§ = epsilon (variabel lain)

→ = Hubungan kausalitas.

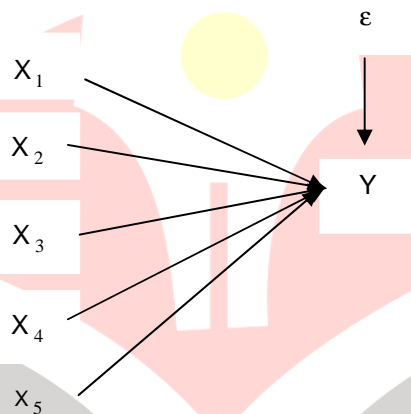
Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *service convenience* dalam layanan *Drive Thru* ATM berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *service*

convenience yang terdiri atas *decision convenience* (X_1), *access convenience* (X_2), *transaction convenience* (X_3), *benefit convenience* (X_4) dan *postbenefit convenience* (X_5) terhadap loyalitas nasabah (Y)

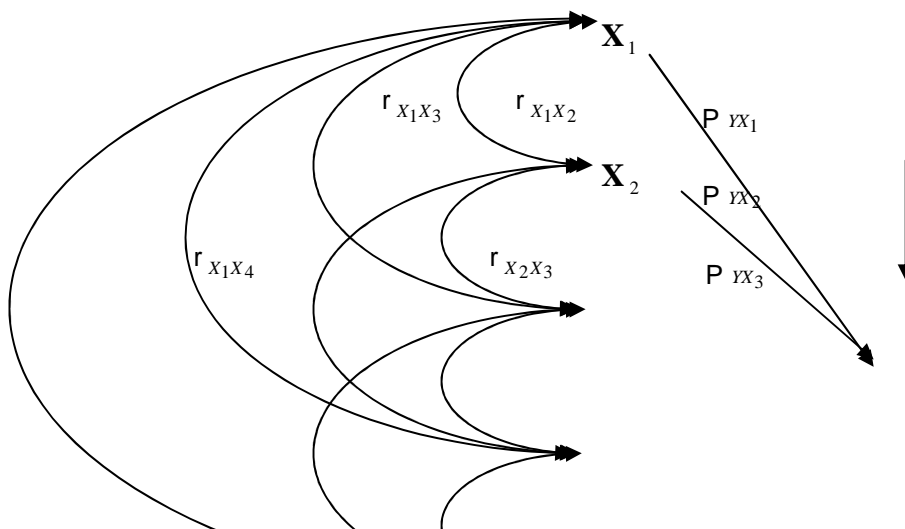
Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

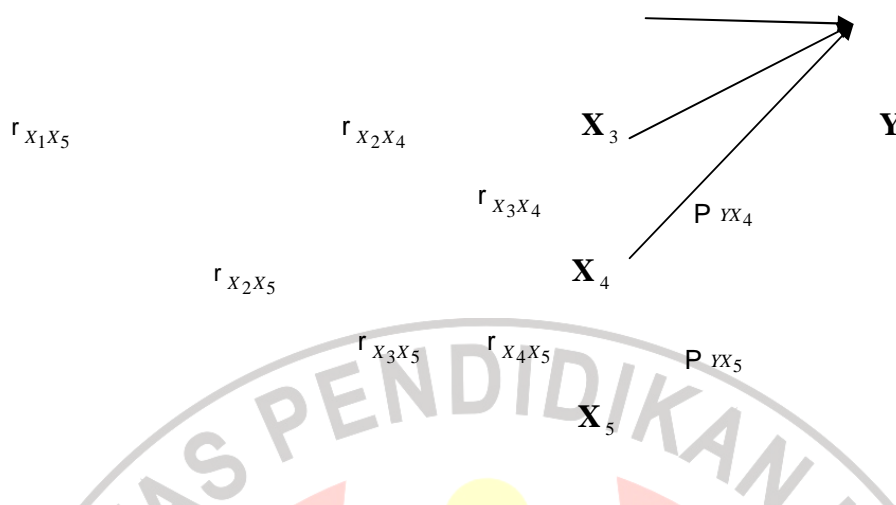
- 1). Menggambarkan struktur jalur hipotesis



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

- 2) Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen antara X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 . Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.4 berikut.





GAMBAR 3.4
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS UTAMA

Keterangan:

- X₁ = *Decision Convenience*
- X₂ = *Access Convenience*
- X₃ = *Transaction Convenience*
- X₄ = *Benefit Convenience*
- X₅ = *Postbenefit Convenience*
- Y = Variabel Loyalitas Nasabah Bank Mandiri
- ε = Residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

Struktur hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas jasa yang terdiri dari *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan), *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas), *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi), *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat), *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat) (Y) yaitu loyalitas pelanggan. yang terdiri dari rangkaian kegiatan terhadap variabel dependen (Y) yaitu Loyalitas nasabah.

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} & X_{1.4} & X_{1.5} \\ 1 & r_{x_2x_1} & r_{x_3x_1} & r_{x_4x_1} & r_{x_5x_1} \\ & 1 & r_{x_3x_2} & r_{x_4x_2} & r_{x_5x_2} \\ & & 1 & r_{x_4x_3} & r_{x_5x_3} \\ & & & 1 & r_{x_5x_4} \\ & & & & 1 \end{bmatrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{matrix} & X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ \begin{bmatrix} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{bmatrix} \end{matrix}$$

Menghitung semua Koefisien Jalur melalui rumus

$$\begin{matrix} & X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ \begin{bmatrix} P_{YX_1} \\ P_{YX_2} \\ P_{YX_3} \\ P_{YX_4} \\ P_{YX_5} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{XY_1} \\ r_{XY_2} \\ r_{XY_3} \\ r_{XY_4} \\ r_{XY_5} \end{bmatrix} \end{matrix}$$

3. Hitung R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu koefisien yang menyatakan

determinasi total X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2 Y (X_1 \dots X_5) = \left[P_{YX_1 \dots} \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ \dots \\ r_{YX_5} \end{bmatrix} P_{YX_5} \right]$$

4. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel.

Pengaruh X1 terhadap Y:

a. Pengaruh ($X_{1,1}$) terhadap Y

Pengaruh langsung	=	$P_{YX_1} \cdot P_{YX_1}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	=	$P_{YX_1} \cdot r_{X_1, X_2} \cdot P_{YX_2}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	=	$P_{YX_1} \cdot r_{X_1, X_3} \cdot P_{YX_3}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	=	$P_{YX_1} \cdot r_{X_1, X_4} \cdot P_{YX_4}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	=	$P_{YX_1} \cdot r_{X_1, X_5} \cdot P_{YX_5}$	
Pengaruh total ($X_{1,1}$) terhadap Y	=	+

b. Pengaruh ($X_{1,2}$) terhadap Y

Pengaruh langsung	=	$P_{YX_2} \cdot P_{YX_2}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	=	$P_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_1} \cdot P_{YX_1}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	=	$P_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_3} \cdot P_{YX_3}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	=	$P_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_4} \cdot P_{YX_4}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	=	$P_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_5} \cdot P_{YX_5}$	
Pengaruh total ($X_{1,2}$) terhadap Y	=	+

c. Pengaruh ($X_{1,3}$) terhadap Y

Pengaruh langsung	$= P_{YX\ 3} \cdot P_{YX\ 3}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	$= P_{YX\ 3} \cdot r_{X\ 3, X_1} \cdot P_{YX\ 1}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	$= P_{YX\ 3} \cdot r_{X\ 3, X_2} \cdot P_{YX\ 2}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	$= P_{YX\ 3} \cdot r_{X\ 3, X_4} \cdot P_{YX\ 4}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	$= P_{YX\ 3} \cdot r_{X\ 3, X_5} \cdot P_{YX\ 5}$	
Pengaruh total ($X_{1,3}$) terhadap Y	$= \frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots}$	+
d. Pengaruh ($X_{1,4}$) terhadap Y		
Pengaruh langsung	$= P_{YX\ 4} \cdot P_{YX\ 4}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	$= P_{YX\ 4} \cdot r_{X\ 4, X_1} \cdot P_{YX\ 1}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	$= P_{YX\ 4} \cdot r_{X\ 4, X_2} \cdot P_{YX\ 2}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	$= P_{YX\ 4} \cdot r_{X\ 4, X_3} \cdot P_{YX\ 3}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	$= P_{YX\ 4} \cdot r_{X\ 4, X_5} \cdot P_{YX\ 5}$	
Pengaruh total ($X_{1,4}$) terhadap Y	$= \frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots}$	+
e. Pengaruh ($X_{1,5}$) terhadap Y		
Pengaruh langsung	$= P_{YX\ 5} \cdot P_{YX\ 5}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	$= P_{YX\ 5} \cdot r_{X\ 5, X_1} \cdot P_{YX\ 1}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	$= P_{YX\ 5} \cdot r_{X\ 5, X_2} \cdot P_{YX\ 2}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	$= P_{YX\ 5} \cdot r_{X\ 5, X_3} \cdot P_{YX\ 3}$	
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	$= P_{YX\ 5} \cdot r_{X\ 5, X_4} \cdot P_{YX\ 4}$	
Pengaruh total ($X_{1,5}$) terhadap Y	$= \frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots}$	+

5. Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_Y \varepsilon = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_5)}}$$

6. Keputusan penerimaan atau perolehan H_0

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : P_{YX_1} = P_{YX_2} = P_{YX_3} = P_{YX_4} = P_{YX_5} = 0$$

H_i : Sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2, 3, 4, \text{ dan } 5$

7. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n - k - i) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{(n - k - i) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F *Snedector*, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_i}}{\sqrt{\frac{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)}(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

t mengikuti distribusi t student dengan derajat kebebasan $n - k - 1$. Struktur hubungan tersebut mengisyaratkan bahwa *service convenience* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X dan Y yaitu variabel residu yang dilambangkan dengan ε . Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur.

3.5 Rancangan Uji Hipotesis

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y maka digunakan klasifikasi koefisien korelasi sebagai berikut:

TABEL 3.6
KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2006:183)

Kemudian untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh *service convenience* terhadap loyalitas nasabah digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada di antara 0 – 100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu sebagai berikut:

TABEL 3.7
KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,19% - 99%	Sangat lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji

dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0: \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *service convenience* dalam layanan *Drive Thru* ATM terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi

$H_i: \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif *service convenience* dalam layanan *Drive Thru* ATM terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Setiabudi

