

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan membahas mengenai objek serta metode yang akan digunakan untuk melakukan penelitian. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah orang atau pelanggan yang telah menjadi nasabah Bank BCA baik pada BCA Cabang Setiabudhi maupun Cabang Dago Bandung. Sedangkan untuk metode yang digunakan yaitu *deskriptif* dan *verifikatif*. Tujuannya yaitu untuk mengetahui perbandingan dari variabel penelitian mengenai pelaksanaan layanan *customer service* serta tanggapan responden tentang kepuasannya setelah mendapatkan pelayanan dari *customer service* Bank BCA.

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis antara pengaruh kinerja layanan *customer service* (X) sebagai variabel bebas (*independent variable*) atau variabel eksogen dengan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Pelayanan *customer service* (X) mencakup beberapa dimensi meliputi:

1. *Tangibility* (keberwujudan)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Responsiveness* (ketanggapan)
4. *Courtesy* (keramahan)
5. *Competence* (kecakapan)
6. *Communication* (komunikasi)
7. *Credibility* (kepercayaan)

8. *Security* (keamanan)
9. *Understanding/knowing* (keingintahuan)
10. *Access* (kemudahan)

Berdasarkan layanan yang diberikan *customer service* (X), dan kepuasan nasabah (Y) dapat dianalisis sebagai berikut: Pertama, tanggapan terhadap kinerja layanan *customer service* Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Bandung. Kedua, tanggapan terhadap harapan nasabah setelah mendapat pelayanan dari *customer service* Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung. Ketiga, seberapa besar pelayanan *customer service* mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah nasabah Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan diteliti mengenai pengaruh kinerja layanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan pertimbangan dari tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif.

Penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif diterangkan oleh Suharsimi Arikunto (2006:8) sebagai berikut:

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskriptif tentang ciri-ciri variabel. Sedangkan sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan.

Melalui jenis penelitian deskriptif, dapat dianalisis bagaimana kinerja pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung. Tujuannya yaitu untuk mengetahui gambaran dan perbandingan dari variabel penelitian mengenai pelaksanaan kinerja pelayanan *customer service* serta pandangan responden tentang kepuasannya setelah mendapatkan pelayanan dari Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung.

3.2.1.2 Metode Penelitian yang Digunakan

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey* yaitu metode survei untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis di lapangan.

Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:7):

Metoda survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Penelitian ini dilakukan kurang dari satu tahun, yaitu antara bulan Oktober 2008 – April 2009, maka metode pengembangan yang dipergunakan adalah *cross-sectional method*. Menurut Asep Hermawan (2006:45), "Penelitian *cross sectional method* seringkali disebut penelitian sekali bidik (*one snapshot*), merupakan penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan pada suatu titik

waktu tertentu.” Sedangkan *Time-series method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). (Husein Umar, 2001: 45).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah kinerja layanan *customer service* (X) yang terdiri dari *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *courtesy*, *competence*, *communication*, *credibility*, *security*, *understanding/knowing*, dan *access*. Sedangkan untuk variabel (Y) adalah kepuasan nasabah dengan indikator harapan nasabah setelah mendapatkan pelayanan (berdasarkan kinerja yang diberikan).

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Soal
Customer service (X)	<i>Customer service</i> adalah kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. (Hermawan Kartajaya, 2006:19-28)	<i>Tangibility</i> (keberwujudan)	• Tingkat kerapihan dan penampilan seragam karyawan	Ordinal	1
			• Tingkat kebersihan dan kenyamanan ruangan	Ordinal	2
			• Tingkat kecanggihan teknologi pada fasilitas gedung/kantor dan fasilitas lainnya	Ordinal	3
		<i>Reliability</i> (kehandalan)	• Tingkat ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan	Ordinal	4
			• Tingkat kesungguhan dalam menyelesaikan keluhan yang diajukan oleh	Ordinal	5

			nasabah		
		<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan waktu yang digunakan dalam melayani nasabah 	Ordinal	6
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesanggupan dalam memberikan informasi yang benar dan jelas pada nasabah 	Ordinal	7
		<i>Courtesy</i> (keramahan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesopanan dalam melayani nasabah 	Ordinal	8
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keramahan dalam melayani nasabah 	Ordinal	9
		<i>Competence</i> (kecakapan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keterampilan dan cekatan dalam melayani nasabah 	Ordinal	10
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan dalam menumbuhkan kepercayaan nasabah 	Ordinal	11
		<i>Communication</i> (komunikasi)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keakuratan informasi yang diberikan 	Ordinal	12
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat penggunaan bahasa yang mudah dimengerti 	Ordinal	13
		<i>Credibility</i> (kepercayaan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat <i>customer service</i> dalam menjaga reputasi perusahaan 	Ordinal	14
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepercayaan nasabah terhadap <i>customer service</i> 	Ordinal	15
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan interaksi dengan nasabah 	Ordinal	16

		<i>Security</i> (keamanan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keraguan nasabah untuk menghubungi <i>customer service</i> 	Ordinal	17
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keamanan dalam melakukan transaksi 	Ordinal	18
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pelayanan khusus saat bertransaksi 	Ordinal	19
		<i>Understanding/ knowing</i> (keingintahuan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perhatian personal kepada nasabah 	Ordinal	20
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemahaman kebutuhan spesifik nasabah 	Ordinal	21
		<i>Access</i> (kemudahan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan menjangkau transaksi 	Ordinal	22
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan dalam menghubungi <i>customer service</i> 	Ordinal	23
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan dalam menunggu giliran 	Ordinal	24
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler, 2000:350)	<ul style="list-style-type: none"> • Harapan pasca-pembelian (setelah mendapatkan pelayanan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat penilaian responden terhadap harapan setelah mendapatkan pelayanan dari <i>customer service</i>. 	Ordinal	

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu data

primer dan data sekunder. Menurut Husein Umar (2004:42) yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder adalah:

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti, Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.

Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat tabel 3.2 pada halaman berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1.	Karakteristik responden	Primer	Nasabah
2.	Tanggapan nasabah mengenai produk dan jasa Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung	Primer	Nasabah
3.	Tanggapan nasabah mengenai kinerja layanan nasabah (<i>customer service</i>) Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung	Primer	Nasabah dan pihak Bank BCA
4.	Tanggapan nasabah mengenai kepuasan yang dirasakan dengan yang diharapkan dari pelayanan <i>customer service</i>	Primer	Nasabah
5.	Profil perusahaan	Sekunder	Dari berbagai sumber

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penilaian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono,2007:72).

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya 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.

Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung jumlahnya yaitu mencapai 24205 orang dalam kurun waktu 4 bulan.

TABEL 3.3
JUMLAH POPULASI NASABAH
DI BANK BCA CABANG SETIABUDHI BANDUNG

Bulan	Jumlah Pengunjung
November 2008	3000 orang
Desember	3250 orang
Januari 2009	2975 orang
Februari	2840 orang
Total	12065orang

Sumber : BCA Tbk, Februari 2009

TABEL 3.4
JUMLAH POPULASI NASABAH
DI BANK BCA CABANG DAGO BANDUNG

Bulan	Jumlah Pengunjung
November 2008	3100 orang
Desember	2800 orang
Januari 2009	3520 orang
Februari	2720 orang
Total	12140orang

Sumber : BCA Tbk, Februari 2009

Pengambilan populasi ini dilaksanakan setelah peneliti melakukan pra penelitian dan wawancara dengan pihak Bank BCA baik di BCA Cabang Setiabudhi maupun Cabang Dago Bandung, populasi ini dihitung berdasarkan pengunjung yang datang setiap bulannya rata-rata 3000 perorang, dari data tersebut penulis menjumlah antara pengunjung Cabang Setiabudhi dan Cabang

Dago dan jumlahnya didapat sebesar 24205. Hasil pra penelitian tersebut penulis mengambil populasi sebanyak 24205 orang.

3.2.4.2 Sampel

Sampel diartikan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sugiyono (2007:73). Maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar. Penggunaan sampel disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu keterbatasan tenaga, keterbatasan biaya dan keterbatasan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Dalam menentukan ukuran sampel (n) dan populasi (N) yang telah ditetapkan dapat digunakan dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

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

(Husein Umar, 2003:141)

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir ($e = 0.1$)

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

$$n = \frac{24205}{1 + 24205 \cdot (0.1)^2}$$

$$n = \frac{24205}{1 + 24205 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{24205}{243.05}$$

$$n = 99.588562 \approx 100$$

Dari perhitungan tersebut, diketahui ukuran sampel sebanyak 100 orang nasabah, yang terbagi dalam dua badian yaitu Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung. Teknik untuk menentukan random (secara acak), diambil dari hasil pengundian berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang akan dimulai pada tanggal 16 Maret sampai dengan tanggal 03 April 2009, atau sekitar 3 minggu. Dan hasil yang didapat dari pengundian tersebut jatuh pada hari selasa dan kamis dimulai jam 09.00-11.00 dan 01.00-15.00.

3.2.4.3 Teknik penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2005:73) bahwa: "Teknik sampling adalah merupakan pengambilan sampel". Dalam penelitian ini responden yang akan dijadikan sampel bersifat homogen dan belum tersedia kerangka samplingnya, maka teknik sampling penelitian ini menggunakan *simple random sampling*.

Teknik pengambilan sampel yang penulis gunakan untuk penelitian ini adalah berdasarkan urutan dari anggota populasi yaitu nasabah Bank BCA Setiabudhi dan Dago Bandung yang telah diberi nomor urut. Pengambilan sampel dilakukan dengan mengundi nomor-nomor yang telah di urut tersebut secara acak sehingga menghasilkan sampel yang akan diteliti.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara apa yang perlu dilakukan dalam penelitian agar dapat memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara kombinasi secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu mengenai dimensi pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah.
Studi kepustakaan diperoleh dari berbagai sumber yaitu: a) perpustakaan, b) Skripsi, c) Jurnal Ekonomi dan Bisnis, d) Media Cetak (majalah), e) Internet.
2. Studi lapangan:
 - a. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti yaitu nasabah Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung (Survei pada nasabah Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung).
 - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan pihak-pihak lain.
3. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket berisi pertanyaan tertutup mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, serta tanggapan responden terhadap pelaksanaan pelayanan

customer service, yang dilaksanakan oleh Bank BCA Cabang Setiabudhi dan Cabang Dago Bandung serta kepuasan nasabahnya.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu *validitas* dan *reliabilitas*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 15.0. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 15.0 *for window* sebagai berikut:

1. Memasukkan data *variable* X dan *variable* Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data *view*.
2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan *variable* penelitian (X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas *variable* 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. Dihasilkan *output*, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008:172). Menurut William G. Zikmund (2003:331), validitas adalah: "*The ability of a scale to measure what was intended to be measured.*" (Artinya: Kemampuan suatu skala untuk mengukur sesuatu yang diniatkan untuk diukur.). Pendapat serupa disampaikan oleh David A Aaker (2004:762), "*Validity is the ability of a measurement instrument to measure what it is supposed to measure.*" (Artinya: Validitas adalah kemampuan suatu instrumen pengukur untuk mengukur apa yang seharusnya diukur).

Instrumen yang sah memiliki validitas yang tinggi. Untuk memperoleh instrumen yang valid harus diperhatikan langkah-langkah dalam menyusun instrumen, yaitu memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator, setelah itu memasukkannya ke dalam butir-butir pertanyaan. Apabila langkah tersebut dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas yang logis. Dikatakan logis karena validitas ini diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga menurut logika akan dicapai suatu tingkat validitas yang dikehendaki.

Peneliti juga perlu menguji validitas instrumen yang sudah disusun melalui pengalaman. Dengan mengujinya melalui pengalaman maka akan diketahui tingkat validitas empiris atau validitas berdasarkan pengalaman. Untuk menguji validitas dapat menggunakan *product moment* atau *pearson* (*Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*), yaitu:

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

(Suharsimi Arikunto 2006:170)

Keterangan:

- r = koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, dua variabel yang dikorelasikan
 X = skor untuk pernyataan yang dipilih
 Y = skor total
 n = jumlah responden

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

TABEL 3.5
INTERPRETASI NILAI r

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

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006:245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolok ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2008:250})$$

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
2. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan aplikasi *software SPSS 15.0 for windows*. Adapun variabel yang diuji yaitu kinerja layanan *customer service* (variabel X) dan kepuasan nasabah (variabel Y). Hasil pengujian pada 30 responden, dengan $dk = n-2 = 30-2=28$ diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,374$, nilai tingkat validitas yang diperoleh adalah sebagai berikut:

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pertanyaan	X (Kinerja Customer service)		Y (Kepuasan Nasabah (Harapan))		Keterangan X/Y
		r_{hitung}	r_{tabel}	r_{hitung}	r_{tabel}	
Tangibility (Bukti Fisik)						
1	Kerapihan dan penampilan seragam petugas	0,602	0,374	0,686	0,374	Valid / Valid
2	Kebersihan dan kenyamanan ruangan	0,845	0,374	0,843	0,374	Valid / Valid
3	Fasilitas perbankan berteknologi canggih	0,674	0,374	0,770	0,374	Valid / Valid
Reliability (Kehandalan)						
4	Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan	0,660	0,374	0,824	0,374	Valid / Valid
5	Kesungguhan petugas dalam menyelesaikan masalah	0,690	0,374	0,603	0,374	Valid / Valid
Responsiveness (Ketanggapan)						
6	Kecepatan waktu yang digunakan dalam melayani nasabah	0,843	0,374	0,745	0,374	Valid / Valid
7	Kesanggupan petugas memberikan informasi yang jelas dan benar	0,602	0,374	0,676	0,374	Valid / Valid
Courtesy (Kesopanan)						
8	Kesopanan dalam melayani nasabah	0,845	0,374	0,686	0,374	Valid / Valid
9	Keramahan dalam mealayani nasabah	0,674	0,374	0,843	0,374	Valid / Valid
Competency (Kecakapan)						
10	Sikap terampil dan cekatan petugas	0,660	0,374	0,770	0,374	Valid / Valid
11	Kemampuan CS dalam menumbuhkan kepercayaan nasabah	0,690	0,374	0,824	0,374	Valid / Valid
Communication (Komunikasi)						
12	Keakuratan informasi yang diberikan	0,843	0,374	0,603	0,374	Valid / Valid

13	Bahasa yang digunakan petugas	0,602	0,374	0,745	0,374	Valid / Valid
Credibility (Kepercayaan)						
14	Reputasi petugas menjaga nama baik perusahaan	0,845	0,374	0,676	0,374	Valid / Valid
15	CS dapat dipercaya nasabah	0,674	0,374	0,686	0,374	Valid / Valid
16	Kenyamanan interaksi nasabah	0,602	0,374	0,843	0,374	Valid / Valid
Security (Keamanan)						
17	Keraguan dalam menghubungi petugas	0,845	0,374	0,770	0,374	Valid / Valid
18	Keamanan dalam melakukan transaksi	0,674	0,374	0,824	0,374	Valid / Valid
19	Pelayanan khusus saat transaksi	0,602	0,374	0,603	0,374	Valid / Valid
Understanding/Knowing (Pengetahuan)						
20	Perhatian personel pada nasabah	0,845	0,374	0,745	0,374	Valid / Valid
21	Pemahaman kebutuhan spesifik nasabah	0,674	0,374	0,676	0,374	Valid / Valid
Access (Kemudahan)						
22	Kemudahan menjangkau lokasi	0,660	0,374	0,834	0,374	Valid / Valid
23	Kemudahan untuk menghubungi pihak bank	0,690	0,374	0,592	0,374	Valid / Valid
24	Durasi waktu menunggu	0,843	0,374	0,485	0,374	Valid / Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.6, maka dapat disimpulkan bahwa 10 dimensi yang terdiri dari 24 item dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2.6.3 Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:172), "instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama". Asep Hermawan (2006:126) mendefinisikan: "Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur." Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan

dengan *internal consistency* dengan Teknik Belah Dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b} \quad (\text{Sugiyono, 2008:190})$$

Keterangan:

r_i = Reliabilitas seluruh instrumen

r_b = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria 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.

3.2.6.4 Hasil Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Berdasarkan tabel 3.7 berikut ini dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kinerja Layanan <i>Customer service</i>	0,963	0,374	Reliabel
2	Kepuasan Nasabah	0,964	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2009

3.2.7 Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasar variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kinerja layanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BCA.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linier. Karena penelitian ini menganalisis dua variabel, yaitu kinerja layanan *customer service* (X) dan Kepuasan Nasabah (Y),

maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana.

3.2.7.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Pada analisis jalur, memiliki syarat sekurang-kurangnya data berskala interval. Untuk itu, karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut yaitu:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

6. Dihitung skor untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut: Nilai hasil transformasi = $ScaleValue = |ScaleValue_{minimum}| + 1$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Peneliti menggunakan bantuan program *software* SUCC'97 pada *Microsoft Office Excel* untuk proses pengolahan data MSI tersebut.

3.2.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif Variabel X (Kinerja Layanan *Customer service*)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap kinerja pelayanan *customer service* yang meliputi: *tangibility* (keberwujudan), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *courtesy* (keramahan), *competence* (keterampilan), *communication* (komunikasi), *credibility* (kepercayaan), *security* (keamanan), *understanding/knowing* (keingintahuan), dan *access* (kemudahan).

2. Analisis Deskriptif Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

Variabel Y yang diteliti terfokus pada kepuasan nasabah, yang meliputi: harapan setelah mendapatkan pelayanan (kinerja) dari *customer service*.

3.2.7.3 Analisis Verifikatif Menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel,

yaitu mengenai pengaruh kinerja layanan *customer service* sebagai variabel independen (X) terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y).

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dari angket terdiri dari 5 kategori sebagai berikut:

TABEL 3.8
SKOR SETIAP ITEM PERTANYAAN

ALTERNATIF JAWABAN	BOBOT
Sangat Tertarik/Sangat Baik/Sangat Bervariatif/Sangat Tepat/Sangat Menarik/Sangat Rapih/Sangat Membantu/Sangat Ramah/Sangat Besar/Sangat Sering/Sangat Setuju	5
Tertarik/Baik/Bervariatif/Tepat/Menarik/Rapih/Membantu/Ramah/Besar/Sering/Setuju	4
Cukup Tertarik/Cukup Baik/Cukup Bervariatif/Cukup Tepat/Cukup Menarik/Cukup Rapih/Cukup Membantu/Cukup/Jarang/Cukup Setuju	3
Kurang Tertarik/Kurang Baik/Kurang Bervariatif/Kurang Baik/Kurang Tepat/Kurang Menarik/Kurang Rapih/Kurang Membantu/Kurang Ramah/Kecil/Pernah/Kurang Setuju	2
Tidak Tertarik/Tidak Baik/Tidak Bervariatif/Tidak Tepat/Tidak Menarik/Tidak Rapih/Tidak Membantu/Tidak Ramah/Sangat Kecil/Tidak Ramah/Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2008:87)

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan kausal dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel bebas (X) yaitu kinerja layanan *customer service* terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan nasabah. Maka bentuk umum persamaannya adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

- Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.
- X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu:

$$\sum X_i, \sum y_i, \sum X_i \cdot Y_i, \sum X_i^2, \sum Y_i^2$$

- 2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sudjana (1996:315) sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad \text{atau} \quad \bar{y} = a + b \bar{x}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi/*coefficient of determination* (r^2).

$$r^2 = \frac{b \{ n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i) \}}{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2} \quad \text{Sudjana, 2001:370}$$

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada tabel berikut:

TABEL 3.9
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
PENGARUH (GUILFORD)

BESAR KOEFISIEN	KLASIFIKASI
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Cukup
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2008:250)

3.2.7.4 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan di uji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linier.

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 antara kinerja layanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BCA.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kinerja layanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BCA.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} , dengan taraf kesalahan 5% atau sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta uji satu pihak yaitu pihak kanan. Untuk mencari nilai t_{hitung} menggunakan rumus $t_{student}$ yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ Sugiyono (2008:250)}$$

Keterangan:

r =Koefisien korelasi *product moment*

t =Distribusi student dengan derajat kebebasan dk = n – 2

n =Banyaknya sampel

Berdasarkan hipotesis di atas, maka kriteria keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Adapun untuk membantu dalam proses pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak (*software*) statistik SPSS 15.0, melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Masukkan data variabel X dan variabel Y
2. Aktifkan menu *analyze*
3. Pilih *regression*
4. Klik linier sehingga akan tampil kotak dialog linier *regresion*
5. Pilih variabel-variabel yang diinginkan dan masukkan ke dalam kotak-kotak pilihan yang ada.