

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh Kualitas jasa terhadap keputusan menjadi nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung. Adapun objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah kualitas jasa yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, competency, courtesy, credibility, security, access, communication, understanding the customer*. Dan masalah penelitian yang merupakan variabel terikat *dependent variable* adalah keputusan menjadi nasabah yang terdiri dari pemilihan berdasarkan produk, merek, pemasok atau saluran pembelian, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Penelitian ini dilakukan terhadap nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung. Dari kedua objek penelitian di atas, maka akan dianalisis mengenai besarnya pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan menjadi nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung.

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian **deskriptif** dan **verifikatif**. Menurut pendapat M. Nazir (2003:55) metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka. Sedangkan menurut Naresh K. Malhotra (2004:93) penelitian deskriptif adalah suatu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu. Melalui jenis deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi

atau gambaran mengenai kualitas jasa pada Adira Finance Cabang Bandung serta pandangan responden tentang keputusan menjadi nasabah.

Suharsimi Arikunto (2006:8) mengemukakan bahwa “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan”. Penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan penggunaan menjadi nasabah.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survei explanatory*. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:7) yang dimaksud dengan:

”Metode *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”.

Menurut M. Nazir (2003:56) “Metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun daerah.

Naresh K. Malhotra (2004: 196) berpendapat bahwa, “ Metode survei adalah kuesioner terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik.

Penelitian ini dilakukan satu kali dan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, yaitu pada bulan juli 2008 sampai dengan bulan Desember 2008, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Husein Umar (2003:45) “Metode *cross sectional* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu.

Menurut Uma Sekaran (2006:315) “ Penelitian *cross sectional* adalah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali (yang dilakukan selama periode hari, minggu, atau bulan) untuk menjawab pertanyaan penelitian”. *Cross sectional* dapat bersifat *cross sectional* tunggal dan *cross sectional* majemuk. Dalam *cross sectional* tunggal hanya satu sampel responden diambil dari populasi sasaran, dan informasi hanya didapatkan satu kali dari responden ini. Sedangkan dalam *cross sectional* majemuk ada dua atau lebih sampel responden, dan informasi mengenai masing-masing diambil satu kali. (Naresh K. Malhotra, 2004:95).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (*independent variabel*) yaitu Kualitas Jasa (X) yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Competence*, *Courtesy*, *Credibility*, *Security*, *Access*, *Community*, *Understanding Customer*, sedangkan variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu keputusan menjadi nasabah (Y) yang terdiri dari pemilihan berdasarkan produk, merek, pemasok atau saluran pembelian, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

Adapun konsep operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini diuraikan dalam Tabel 3.1.

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/sub variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris			No. Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
Kualitas Jasa (X) Zeithaml, Parasuraman, and Berry dalam Muhtosim Arief (2006:129)	Mutu jasa merupakan penyampaian jasa yang baik atau sangat baik jika dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan (Zeithaml dan Bitner dalam Muhtosim Arief, 2006:120)	<i>Tangibles</i>	1. Tingkat kenyamanan kondisi ruangan dan tempat duduk di tempat pembayaran	Ordinal	1
			2. Tingkat kerapihan penampilan dari para pegawai	Ordinal	2
			3. Tingkat kesesuaian jumlah <i>teller</i> yang tersedia	Ordinal	3
			4. Tingkat kesesuaian kursi tunggu yang tersedia	Ordinal	4
			5. Tingkat kebersihan kondisi Wc/toilet	Ordinal	5
			6. Tingkat kesesuaian lahan parkir	Ordinal	6
		<i>Reliability</i>	1. Tingkat ketepatan dalam memenuhi janji yang diberikan perusahaan	Ordinal	7
			2. Tingkat kehandalan pegawai dalam melayani setiap keluhan dari nasabah	Ordinal	8
		<i>Responsivness</i>	1. Tingkat kecepatan pegawai dalam menangani masalah	Ordinal	9
			2. Tingkat kesediaan pegawai dalam menjawab pertanyaan nasabah	Ordinal	10
			3. Tingkat Kesediaan petugas keamanan (satpam) membantu nasabah	Ordinal	11

Variabel/sub variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris			No. Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
		<i>Competence</i>	1. Tingkat pengetahuan pegawai tentang produk/jasa yang ditawarkan	Ordinal	12
			2. Tingkat keterampilan pegawai dalam melayani nasabah	Ordinal	13
			3. Tingkat kecepatan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	14
			4. Tingkat keragaman jasa yang ditawarkan perusahaan	Ordinal	15
			5. Tingkat keakuratan data/informasi yang diberikan kepada nasabah	Ordinal	16
		<i>Courtesy</i>	1. Tingkat keramahan pegawai dalam melayani nasabah	Ordinal	17
			2. Tingkat kesopanan pegawai dalam melayani nasabah	Ordinal	18
			3. Tingkat keramahan petugas satpam dalam dalam melayani nasabah	Ordinal	19
			4. Tingkat kesopanan petugas satpam dalam dalam melayani nasabah	Ordinal	20
		<i>Credibility</i>	1. Tingkat kepercayaan terhadap kinerja manajemen perusahaan	Ordinal	21
			2. Tingkat kepercayaan terhadap reputasi perusahaan	Ordinal	22
		<i>Security</i>	1. Tingkat keamanan fasilitas perusahaan	Ordinal	23
			2. Tingkat keamanan dari gangguan tindak jahat	Ordinal	24

Variabel/sub variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris			No. Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
		<i>Access</i>	1. Tingkat kemudahan melakukan pembayaran	Ordinal	25
			2. Tingkat kemudahan menemui pegawai perusahaan yang diperlukan	Ordinal	26
		<i>Communication</i>	1. Tingkat kejelasan tentang jasa yang ditawarkan	Ordinal	27
			2. Tingkat kecepatan dalam menyampaikan informasi mengenai persyaratan dan peraturan yang harus diikuti	Ordinal	28
			3. Tingkat ketepatan dalam menyampaikan informasi mengenai persyaratan dan peraturan yang harus diikuti	Ordinal	29
		<i>Understanding The Customer</i>	1. Tingkat kemampuan pegawai dalam memberikan saran dan pendapat sesuai dengan kondisi nasabah	Ordinal	30
			2. Pemahaman pegawai terhadap kebutuhan nasabah	Ordinal	31
			3. Perhatian terhadap nasabah	Ordinal	32
Keputusan Menjadi Nasabah		• Pembelian berdasarkan produk	Tingkat pembelian berdasarkan harga	Ordinal	33

Variabel/sub variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris			No. Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
		• Pembelian berdasarkan merek	Tingkat pembelian berdasarkan merek	Ordinal	34
		• Pembelian berdasarkan saluran pembelian	Tingkat pembelian berdasarkan kemudahan dalam menjangkau lokasi	Ordinal	35
		• Pembelian berdasarkan waktu pembelian	Tingkat pembelian berdasarkan ketika membutuhkan	Ordinal	36
		• Pembelian berdasarkan jumlah pembelian	1. Tingkat pembelian sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	37
			2. Tingkat pembelian sesuai dengan keinginan	Ordinal	38

### 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. Penelitian ini menggunakan data primer dan data

sekunder. Menurut Asep Hermawan (2006:168) yang dimaksud dengan data primer adalah:

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atas tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, dekriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi

Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan, yaitu dengan melakukan survei yang dapat dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner berupa beberapa pertanyaan yang akan dijawab oleh para nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung.

Data sekunder menurut Asep Hermawan (2006:168), "Struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain". Data sekunder diperoleh dengan cara mengumpulkan hasil penelitian dari pihak lain, diantaranya situs Web, internet, jurnal ilmiah, artikel-artikel surat kabar dan majalah, serta sumber lainnya yang relevan. Untuk lebih jelasnya sumber data pada penelitian ini terlihat pada Tabel 3.2 di bawah ini.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data
Profil perusahaan	Sekunder	Adira <i>Finance</i> cabang Bandung
<i>Tob Brand Index</i> (TBI) Pembiayaan sepeda motor tahun 2007 dan 2008	Sekunder	Majalah MARKETING Tahun 2007 dan 2008
Jumlah nasabah Adira <i>Finance</i> cabang Bandung	Sekunder	Adira <i>Finance</i> cabang Bandung
Tanggapan nasabah terhadap kualitas jasa pada Adira <i>Finance</i> Cabang Bandung	Primer	Nasabah Adira <i>Finance</i> cabang Bandung
Gambaran keputusan menjadi nasabah pada Adira <i>Finance</i> cabang Bandung	Primer	Nasabah Adira <i>Finance</i> cabang Bandung

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### A. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:130) “Populasi adalah keseluruhan objek penelitian”. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Sedangkan pengertian populasi menurut Sugiyono (2006:90) yaitu “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*), yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan.

Berdasarkan pengertian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung, dengan jumlah dapat dilihat pada Tabel 3.3.

**TABEL 3.3**  
**JUMLAH NASABAH ADIRA *FINANCE* CABANG BANDUNG PER EMPAT BULAN TAHUN 2008**

Bulan	Jumlah Nasabah
Juli	2397
Agustus	2160
September	1700
Oktober	1080
<b>Total</b>	<b>7337</b>

Sumber : Adira *Finance* Cabang Bandung, 2008

## B. Sampel

Sampel diartikan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi maka dalam rangka mempermudah penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar.

Menurut Sugiyono (2006:73):

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sample yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar representatif.

Menurut Suharsimi Arikunto (2006 : 109), yang dimaksud dengan sampel adalah “ sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan menurut Sugiyono (2006 : 73), yang dimaksud dengan sampel adalah “ bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu”.

Menurut Sugiyono (2006 : 73), “ 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. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar mewakili”.

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung.

Untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2003:141), yaitu sebagai berikut:

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

Dimana:

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolelir

$$\text{maka ukuran sampelnya, } n = \frac{7337}{1 + 7337(0,1)^2}$$

$$n = 98,65 \approx 99 \text{ responden}$$

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa untuk jaminan ada baiknya selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik. Berdasarkan perhitungan, ukuran sampel minimal yang digunakan sebanyak 99 orang. Kemudian agar sampel yang digunakan lebih representatif maka sampel yang digunakan ditambah 1 orang sehingga berjumlah 100 orang responden dalam penelitian ini.

### C. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2006:91) menyatakan bahwa: "Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel". Dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota sampel, khususnya *systematic random sampling* atau teknik pengambilan sampel acak sistematis.

Menurut Sugiyono (2006:73) metode pengambilan acak sistematis adalah "Metode untuk mengambil sampel secara sistematis dengan jarak atau interval tertentu dari suatu kerangka sampel yang telah diurutkan". Dengan demikian, tersedianya suatu populasi sasaran yang tersusun (*ordered population*

*target*) merupakan prasyarat penting bagi dimungkinkannya pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis.

Adapun langkah-langkah dalam pengambilan sampel sebagai berikut :

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung.
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini adalah *check point*nya yaitu *teller* Adira *Finance* Cabang Bandung.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam hal ini waktu konkret yang digunakan oleh peneliti adalah pada hari kerja yaitu senin-sabtu, dilakukan pada pukul 09.00-14.00 (rentang waktu kepadatan pengunjung) untuk hari senin-jumat dan untuk hari sabtu pada pukul 09.00-12.00.
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *check point*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama. Data ini selanjutnya digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menentukan interval digunakan rumus
 
$$t = \frac{N}{n}$$
5. Tentukan sebuah angka acak ( $r$ ) antara 1 dan  $i$ ,  $r=1$
6. Elemen dengan nomor berikut akan termasuk sampel acak sistematis  $r$ ,  $r+i$ ,  $r+2i$ ,  $r+3i$ ,  $r+4i$  ...  $r+(n-1)$

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis

yang telah dirumuskan. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

1. Wawancara

Sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak perusahaan pembiayaan sepeda motor. Wawancara ini dilakukan kepada pihak Adira *Finance* Cabang Bandung untuk memperoleh data mengenai jumlah nasabah. Dan juga kepada beberapa mantan nasabah untuk mengetahui gambaran secara singkat mengenai penyebab penurunan nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung.

2. Kuesioner/angket

Yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran seperangkat kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah disusun sedemikian rupa kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian yaitu nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung. Kuesioner ini berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden pada perusahaan tersebut, dan kualitas jasa pada Adira *Finance* Cabang Bandung.

3. Studi Literatur

Yaitu pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku, majalah, *home page/web site* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari kualitas jasa dan keputusan menjadi nasabah.

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### A. Validitas

Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan sebelum penyebaran angket dibagikan pada keseluruhan sampel. Hal ini dilaksanakan untuk menjamin keabsahan instrumen penelitian dan menjamin bahwa terdapat persamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2006:168).

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel, 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 adalah sebagai berikut:

- 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:

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

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2002:146)

Keterangan:

- r = koefisien validitas item yang dicari
- X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$  = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal
- $\sum Y$  = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal
- $\sum X^2$  = jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum Y^2$  = jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- n = banyaknya responden

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:245) dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut :

**TABEL 3.4**  
**INTERPRETASI NILAI r**

Besarnya Nilai r	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: Suharsimi Arikunto (2002: 245)

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

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

Keputusan pengujian validitas konsumen adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

## B. Reliabilitas

Reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2006:172).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus Cronbach alpha, yaitu:

$$R_i = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

(Husein Umar, 2003:207)

Keterangan:

$r_{11}$	= Reliabilitas instrumen
$k$	= Banyaknya butir pertanyaan
$\sigma_t^2$	= Varians total
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah varian butir

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

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

(Husein Umar, 2003:209)

Kriteria pengambilan keputusan untuk reliabilitas adalah sebagai berikut:

$r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan reliabel

$r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan tidak reliabel

(Suharsimi Arikunto, 2002:160)

### C. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan aplikasi *software SPSS 12 for windows*. Adapun variabel yang diuji yaitu Kualitas Jasa dan Keputusan Pembelian. Hasil pengujian pada 30 responden, dengan  $dk = n-2 = 30-2=28$  diperoleh  $r_{tabel} = 0,374$ , nilai tingkat validitas yang diperoleh adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

NO	INDIKATOR	R hitung	R tabel	Ket
<b>Kualitas Jasa</b>				
<b>Tangibles</b>				
1	Kenyamanan ruangan dan tempat duduk di tempat pembayaran	0,558	0,374	Valid
2	Kerapihan penampilan dari para pegawai	0,550	0,374	Valid
3	Jumlah <i>teller</i> yang tersedia	0,475	0,374	Valid
4	Jumlah kursi tunggu yang tersedia	0,651	0,374	Valid
5	Kebersihan WC/Toilet	0,544	0,374	Valid
6	Lahan parkir yang tersedia	0,614	0,374	Valid
<b>Reliability</b>				
7	Ketepatan dalam pemenuhan janji yang diberikan perusahaan	0,524	0,374	Valid
8	Kehandalan pegawai dalam melayani setiap keluhan dari nasabah	0,644	0,374	Valid
<b>Responsiveness</b>				
9	Kecepatan pegawai dalam menangani masalah	0,550	0,374	Valid
10	Kecepatan pegawai dalam menjawab pertanyaan	0,530	0,374	Valid
11	Kecepatan petugas keamanan (satpam) membantu nasabah	0,614	0,374	Valid
<b>Competence</b>				
12	Pengetahuan pegawai tentang jasa yang ditawarkan	0,476	0,374	Valid
13	Keterampilan pegawai dalam melayani konsumen	0,417	0,374	Valid
14	Kecepatan pegawai dalam memberikan pelayanan	0,463	0,374	Valid
15	Keragaman jasa yang ditawarkan perusahaan	0,649	0,374	Valid
16	Keakuratan data/informasi yang diberikan kepada nasabah	0,614	0,374	Valid
<b>Courtesy</b>				
17	Keramahan pegawai dalam melayani nasabah	0,530	0,374	Valid
18	Kesopanan pegawai dalam melayani pegawai	0,486	0,374	Valid
19	Keramahan petugas satpam melayani nasabah	0,390	0,374	Valid
20	Kesopanan petugas satpam melayani nasabah	0,604	0,374	Valid
<b>Credibility</b>				
21	Kepercayaan nasabah terhadap kinerja manajemen perusahaan	0,643	0,374	Valid

22	Kepercayaan Terhadap Reputasi Perusahaan	0,588	0,374	Valid
	<b>Security</b>			
23	Keamanan fasilitas perusahaan	0,588	0,374	Valid
24	Keamanan dari gangguan tindak jahat	0,632	0,374	Valid
	<b>Access</b>			
25	Kemudahan dalam melakukan pembayaran	0,498	0,374	Valid
26	Kemudahan dalam menemui pegawai yang diperlukan	0,614	0,374	Valid
	<b>Communication</b>			
27	Kejelasan jasa yang ditawarkan	0,614	0,374	Valid
28	Kecepatan dalam menyampaikan informasi persyaratan dan peraturan yang harus diikuti	0,486	0,374	Valid
29	Ketepatan dalam memberikan informasi persyaratan dan peraturan yang harus diikuti	0,469	0,374	Valid
	<b>Understanding The customer</b>			
30	Kemampuan pegawai dalam memberikan saran dan pendapat sesuai dengan kondisi nasabah	0,550	0,374	Valid
31	Pemahaman pegawai terhadap kebutuhan nasabah	0,486	0,374	Valid
32	Perhatian pegawai terhadap nasabah	0,649	0,374	Valid
<b>Keputusan Pembelian</b>				
	<b>Pemilihan Produk</b>			
33	Pembelian berdasarkan pemilihan harga	0,636	0,374	Valid
	<b>Pemilihan Merek</b>			
34	Pembelian berdasarkan pemilihan merek	0,672	0,374	Valid
	<b>Pemilihan Distributor</b>			
35	Pembelian berdasarkan keterjangkauan lokasi distributor	0,492	0,374	Valid
	<b>Pemilihan Waktu Pembelian</b>			
36	Pembelian berdasarkan kebutuhan jasa kredit	0,775	0,374	Valid
	<b>Pemilihan Jumlah Pembelian</b>			
37	Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	0,672	0,374	Valid
38	Jumlah pembelian berdasarkan keinginan	0,470	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2008

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.5. maka dapat disimpulkan bahwa 10 dimensi yang terdiri dari 32 item dapat dikatakan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Adapun reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data,

karena instrumen tersebut sudah baik, instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Hasil pengujian reliabilitas yang diperoleh, dapat terlihat pada Tabel 3.6 berikut ini :

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Kualitas Jasa	0.937	0,374	Reliabel
2	Keputusan pembelian	0.836	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data

Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel, maka variabel yang diuji keduanya reliabel.

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan menjadi nasabah pada Adira *Finance* cabang Bandung berdasarkan tanggapan responden nasabah Adira *Finance* cabang Bandung.

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X dan Y. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan analisis data dilakukan melalui tiga tahap sebagai berikut :

#### 1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

## 2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### a. Memberi skor pada tiap item

Rumus yang digunakan untuk perhitungan skor dari Riduwan (2007:14), yaitu :

$$\text{Skor} = \text{Jumlah } n \text{ jawaban responden} \times \text{bobot } n \text{ jawaban responden}$$

Sebagai contoh akan dijelaskan pada bab 4.

### b. Menjumlahkan skor pada setiap item

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.7**  
**KRITERIA INTERPRETASI SKOR**

Kriteria Penafsiran	Keterangan
Angka 0% - 20%	Sangat Rendah
Angka 21% - 40%	Rendah
Angka 41% - 60%	Cukup
Angka 61% - 80%	Tinggi
Angka 81% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber : Riduwan (2007:15)

### c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dalam penelitian ini, setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai dengan skala ordinal

## 3. Analisis data

Kegiatan ini merupakan pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik kemudian menginterpretasikan data untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis verifikatif untuk variabel yang bersifat kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

#### A. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan nasabah Adira *Finance* cabang Bandung mengenai kualitas jasa.
2. Analisis deskriptif tanggapan nasabah Adira *Finance* cabang Bandung mengenai tingkat keputusan menjadi nasabah.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran dengan teknik prosentase. Penafsiran pengelolaan data berdasarkan batas-batas menurut Moch. Ali (1985:184) adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.8**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% -99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1995:184)

#### B. Analisis Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu mengenai pengaruh kualitas jasa sebagai

variabel independen (X) terhadap keputusan menjadi nasabah sebagai variabel dependen (Y).

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

**TABEL 3.9**  
**SKOR SETIAP ITEM PERTANYAAN**

Alternatif Jawaban	Bobot
Sangat Tepat/Memadai/Cepat/Baik/Handal/Nyaman/Bersih/Rapih/Setuju/Tinggi /Akurat/Ramah/Sopan	5
Tepat/Memadai/Cepat/Baik/Handal/Nyaman/Bersih/Rapih/Setuju/Tinggi /Akurat/Ramah/Sopan	4
Kurang tepat/ Cukup Tepat/Memadai/Cepat/Baik/Handal/Nyaman/Bersih/Rapih/Setuju/Tinggi /Akurat/Ramah/Sopan	3
Tidak Tepat/Memadai/Cepat/Baik/Handal/Nyaman/Bersih/Rapih/Setuju/Tinggi /Akurat/Ramah/Sopan	2
Sangat tidakTepat/Sesuai/Cepat/Baik/Handal/Nyaman/Bersih/Rapih/Setuju/ Tinggi/Mengetahui/Beragam/Akurat/Ramah/Sopan/Mampu/Paham/Besar	1

Sumber : Modifikasi dari Sugiyono (2006:87)

Adapun langkah-langkah untuk analisis verifikatif adalah sebagai berikut:

**a. Analisis Regresi Linier Sederhana**

Data yang digunakan sekurang-kurangnya harus berskala interval. Oleh karena itu data dalam penelitian ini yang berskala ordinal harus diubah terlebih dahulu menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of successive interval*

Setelah data terkumpul berhasil di ubah menjadi interval, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisa korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara kedua variabel diteliti.

Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier sederhana atau melakukan prediksi (taksiran). Dalam melakukan prediksi, harus dapat menentukan dengan tegas mana yang sebab dan mana yang akibat. Dengan diketahuinya sebab dan akibat, maka hubungan yang dicari bersifat kausal (sebab akibat). Selanjutnya, untuk mengetahui variabel sebab (bebas) maka dapat dilakukan prediksi tentang variabel akibat (terikat). Berdasarkan penjelasan tersebut maka salah satu syarat untuk melakukan prediksi atas variabel terikat di waktu yang akan datang, maupun di dalam populasinya, dengan dasar beberapa skor variabel bebas dan variabel terikat (sebagai sampel) adalah adanya hubungan yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Jadi, analisis korelasi dan analisis regresi menurut para ahli statistik merupakan satu bagian yang tidak bisa dipisahkan.

Analisis korelasi bertujuan mencari derajat keeratan hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ) paling sedikit -1 dan paling besar 1 ( $-1 < r < 1$ ) artinya jika:

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif).

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali dan tidak ada hubungan sama sekali.

Penentuan koefisien korelasi ( $r$ ) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*. 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 menyebabkan. Untuk dapat memberi interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi antara variabel X dan Y, maka dapat digunakan pedoman yang tertera pada Tabel 3.10.

**TABEL 3.10**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Koefisien	Klasifikasi
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,70 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2006:214)

Analisis regresi digunakan bila peneliti bermaksud ingin mengetahui kondisi di waktu yang akan datang dengan suatu dasar keadaan sekarang atau ingin melihat kondisi di waktu lalu dengan dasar keadaan sekarang, di mana sifat ini merupakan prediksi atau taksiran. Arti kata prediksi bukanlah merupakan hal yang pasti, tetapi merupakan suatu keadaan yang mendekati kebenaran.

Peneliti menggunakan analisis regresi bila bermaksud ingin mengetahui bagaimana variabel/kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau prediktor, secara individual. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat

dilakukan dengan meningkatkan variabel independen/dan sebaliknya (Sugiyono, 2006: 204).

Analisis ini didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen, yaitu citra merek sebagai independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y).

Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Selanjutnya berdasarkan data itu peneliti harus dapat menemukan persamaan regresi linier sederhana melalui perhitungan.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subjek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Nilai Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b ( + ) maka naik, dan bila ( - ) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

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

- a. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu:  $\sum X_i$ ,  $\sum Y_i$ ,  $\sum X_i Y_i$ ,  $\sum X_i^2$ ,  $\sum Y_i^2$ , dan
- b. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2004: 206) sebagai berikut:

Nilai dari a dan b pada persamaan regresi linier dapat dihitung dengan rumus

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

$$b = \frac{n \sum XiYi - \sum Xi \sum Yi}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

### b. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut :

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

(Sugiyono, 2006: 210)

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi ( $r^2$ ), dimana;

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

### C. Rancangan Uji 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 yang positif antara pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan menjadi nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung.

$H_a : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan menjadi nasabah Adira *Finance* Cabang Bandung.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu dulu 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 :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sudjana, 2001: 62})$$

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi

n = banyaknya data

Berdasarkan hipotesis di atas, maka kriteria keputusan sebagai berikut :

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