

## BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

### 3.1. Objek Penelitian

Untuk sebagai variabel bebas dalam objek penelitian ini adalah faktor-faktor program bauran pemasaran jasa kartu kredit Bank "XYZ" Cabang Utama Pekanbaru yang terdiri dari tujuh buah sub variabel yaitu : *Pertama*, produk meliputi, pemberian pelayanan kartu kredit. *Kedua*, biaya yakni sejumlah uang yang harus dikeluarkan nasabah dalam mendapatkan jasa kartu kredit. *Ketiga*, lokasi / tempat pelayanan terdiri atas ketepatan tempat pelayanan dan kemudahan dalam menjangkau tempat pelayanan. *Keempat*, promosi meliputi program periklanan, kegiatan personal selling, kegiatan promosi penjualan, dan kegiatan publikasi. *Kelima*, petugas meliputi penampilan petugas, keramahan petugas, dan kecepatan pelayanan. *Keenam*, sarana fisik terdiri dari kondisi kantor pelayanan. *Ketujuh*, prosedur yang meliputi prosedur pelayanan nasabah baru, kemudahan pembayaran dan prosedur penanggulangan keluhan nasabah.

Sedangkan faktor yang merupakan variabel tak bebasnya adalah citra Bank "XYZ" Cabang Utama Pekanbaru yang menyangkut tingginya nilai perusahaan di dalam persepsi nasabah, adapun indikator dari citra bank ini, adalah meliputi, *Recognition*; seberapa kuat nama Bank "XYZ" Cabang Utama Pekanbaru dikenal oleh nasabah, *Reputation*; kinerja / performance Bank "XYZ" Cabang Utama Pekanbaru baik dalam persepsi nasabah, *Affinity*; *emotional relationship* yakni interaksi yang terjadi antara Bank "XYZ" Cabang

Utama Pekanbaru dengan nasabahnya, *Brand Loyalty*; seberapa lebar scope dari produk / jasa akan menggunakan nama Bank yang bersangkutan.

## **3.2. Metode Penelitian**

### **3.2.1. Rancangan (*Design*) Penelitian**

Atas pertimbangan tujuan penelitian, maka desain penelitian ini bersifat verifikatif dan deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel bauran pemasaran jasa bank. Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah ada pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran jasa kartu kredit terhadap citra bank di mata nasabahnya. Dengan demikian, metode penelitian yang digunakan adalah metode *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*. Informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi (sampel) terhadap objek yang sedang diteliti.

Dalam rangka melakukan analisis kuantitatif diperlukan gambaran operasional variabel untuk memudahkan dalam pengukurannya. Sedangkan untuk analisis kualitatif tidak digunakan operasional variabel, hanya cukup dengan perangkat daftar pertanyaan (kuesioner) yang nantinya akan ditabulai lebih lanjut dalam bentuk distribusi frekuensi.

### **3.2.2. Operasionaliasi Variabel**

Seperti yang terungkap di dalam objek penelitian, bahwa pokok masalah yang diteliti adalah bersumber pada dua hal yaitu bauran pemasaran jasa kartu kredit

sebagai variabel bebas (variabel X) dan peningkatan citra bank sebagai variabel tidak bebas/terikat (variabel Y). Secara rinci, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Bauran Pemasaran (Xi)		Suatu konsep yang menekankan pada pentingnya kualitas dari segi produk, harga/tarif, lokasi pelayanan, promosi, sarana fisik dan prosedur	Kualitas pelaksanaan program bauran pemasaran jasa perbankan	
	<i>Produk (X<sub>1</sub>)</i>	Sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk dimiliki, dipakai, dan dirasakan sehingga dapat memuaskan nasabah	(a) Kemudahan menjadi nasabah, (b) Keamanan dana nasabah, (c) Buku Tabungan, dan (d) Kelengkapan jasa layanan	Ordinal
	<i>Tingkat Biaya (X<sub>2</sub>)</i>	Sejumlah uang yang dikeluarkan nasabah dalam untuk mendapatkan layanan perbankan	(a) Keterjangkauan biaya, dan (b) Daya tarik tingkat biaya	Ordinal
	<i>Lokasi/Tempat Pelayanan (X<sub>3</sub>)</i>	Merupakan perencanaan dan pelaksanaan penyaluran produk melalui	(a) Kecukupan jumlah tempat pelayanan bank, dan (b) Tersedianya ATM yang	Ordinal

		lokasi yang tepat	cukup memadai dan banyak	
	<i>Promosi (X<sub>4</sub>)</i>	Merupakan aktivitas pemasaran untuk mengkomunikasikan informasi tentang bank dan produknya kepada nasabahnya	(a) Pelaksanaan periklanan, (b) Kegiatan personal selling, (c) Kegiatan <i>sales promotion</i> dan (d) Kegiatan publisitas	Ordinal
	<i>People (X<sub>5</sub>)</i>	Orang-orang yang terlibat langsung dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan nasabah	(a) Penampilan petugas, (b) Keramahan, dan (c) Kecepatan pelayanannya	Ordinal
	<i>Pelayanan Sarana Fisik (X<sub>6</sub>)</i>	Merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan	(a) Kondisi tempat pelayanan, (b) Keindahan lingkungan dan (c) Interior ruang pelayanannya	Ordinal
	<i>Proses (X<sub>7</sub>)</i>	Suatu upaya perusahaan dalam melaksanakan aktivitas usahanya untuk memuaskan nasabahnya	(a) Prosedur menjadi nasabah baru, (b) Prosedur pembayaran dan prosedur penanganan keluhan nasabah	Ordinal
Citra Perbankan (Y)		Tingginya nilai perusahaan (perbankan) di dalam persepsi nasabah. Adapun persepsi nasabah atas citra menyangkut:	(a) <i>Reputation</i> , (b) <i>Recognition</i> , (c) <i>Affnity</i> , (d) <i>Brand Loyalty</i>	Ordinal

		<i>Reputation, Recognition, Affinity, dan Brand Loyalty</i>		
	<i>Reputation (Y<sub>1</sub>)</i>	Seberapa kuat brand perusahaan dikenal nasabah		Ordinal
	<i>Recognition (Y<sub>2</sub>)</i>	Tingginya nilai perusahaan dalam persepsi nasabah		Ordinal
	<i>Affinity (Y<sub>3</sub>)</i>	<i>Emotional relationship</i> yang terjadi antara perbankan dengan nasabah		Ordinal
	<i>Brand Loyalty (Y<sub>4</sub>)</i>	Seberapa jauh kesetiaan nasabah menggunakan produk/jasa bank		Ordinal

### 3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil penelitian secara empirik melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah selaku responden dan kepada pihak manajemen khususnya. Sedangkan sumber data sekunder diantaranya diperoleh dari laporan tahunan tentang profil Bank "XYZ" Cabang Utama Pekanbaru, jurnal-jurnal, *Report Annual* Bank Indonesia, Pekanbaru Dalam Angka.

### 3.2.4. Populasi dan Sampel

Responden penelitian ini adalah nasabah-nasabah yang menjadi nasabah pengguna jasa kartu kredit pada Bank "XYZ" Cabang Utama Pekanbaru yang masih aktif dimana populasinya berjumlah 33.122 orang. Pengambilan sampel dilakukan

secara acak sederhana (*simple random sampling*), yang artinya subjek dalam populasi dicampur sehingga semua subjek dianggap sama (homogen) dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih.

Untuk menentukan jumlah sampel yang relatif terbatas ini digunakan persamaan *Finite Population* dari Weiers dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{\pi (1 - \pi)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{\pi (1 - \pi)}{N}}$$

Dimana :

$n$  = Jumlah minimum sampel yang diperlukan

$Z$  = Unit standard error dari distribusi normal yang akan menghasilkan tingkat kepercayaan yang diinginkan. Contoh untuk tingkat kepercayaan 95%, maka  $Z = 1,96$ .

$\pi$  = Proporsi populasi yang akan diteliti (jika tidak dapat memperkirakan proporsi populasi gunakan  $\pi = 0,5$ ).

$E$  = Tingkat ketelitian atau perbedaan maksimum antara proporsi sampel dengan proporsi populasi yang dapat diterima untuk tingkat kepercayaan yang telah ditetapkan, dimana dalam penelitian ini ditentukan  $E = 0,1$ .

$N$  = Jumlah populasi penabung di Bank "XYZ" Cabang Utama Pekanbaru.

Dengan menggunakan rumus di atas, dimana untuk tingkat kepercayaan 95%,  $Z = 1,96$ ,  $\pi = 0,5$  dan  $E = 0,1$ , maka didapat jumlah Sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{0,5 (1 - 0,5)}{\frac{(0,1)^2}{(1,96)^2} + \frac{0,5 (1 - 0,5)}{26.762}}$$

$$n = \frac{0,25}{\frac{0,01}{3,86} + \frac{0,25}{33,122}}$$

$$n = \frac{0,25}{0,0026 + 0,0000075}$$

$$n = \frac{0,25}{0,002617} = 95,529 \approx 100 \text{ responden}$$

### 3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh penulis dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

- Wawancara, sebagai teknik komunikasi langsung untuk memperoleh data-data yang diperlukan serta ditujukan kepada pihak bank atau mewakilinya seperti Kepala Bagian Marketing atau Pemimpin Cabang Bank "XYZ" Cabang Utama Pekanbaru.
- Kuesioner, daftar pertanyaan yang dibuat dalam bentuk sederhana dengan metode pertanyaan tertutup yang diberikan kepada pihak responden, sehingga memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- Observasi, mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

### 3.2.6. Metode Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression Analysis*) dengan

melalui prosedur-prosedur sebagai berikut; setelah data terkumpul dari hasil penyebaran kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan skoring data dengan melakukan pengolahan data. Data penelitian diolah secara deskriptif dengan menggunakan analisis statistik. Selanjutnya dalam menganalisis secara deskriptif digunakan bantuan tabel dalam bentuk jumlah dan frekuensi, yang dilakukan tabulasi dengan ketentuan pembobotan yang ditetapkan yaitu menggunakan skala ordinal (skala Likert) yakni 1 sampai 5.

Hasil perhitungan menggunakan program SPSS untuk mengadakan analisis guna membuktikan hipotesis. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrika sebagai berikut :

### 3.2.6.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (*Individual Test*)

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian secara parsial ini digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi parsial, dengan menggunakan rumusan hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = 0$$

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 \neq b_7 \neq 0$$

Pengujian dilakukan melalui uji t dengan membandingkan t hitung dengan t tabel pada  $\alpha = 0,05$ , dan  $\alpha = 0,01$

Apabila hasil pengujian menunjukkan :

$$1. t_h \geq t_t \rightarrow H_0 \text{ ditolak}$$

Ha diterima

Artinya; (1) variabel bebas **dapat** menerangkan variabel tidak bebas, dan (2) ada pengaruh di antara dua variabel yang diuji.

2.  $t_h < t_k \rightarrow H_0$  diterima

$H_a$  ditolak

Artinya; (1) variabel bebas **tidak dapat** menerangkan variabel tidak bebasnya, dan (2) tidak ada pengaruh di antara dua variabel yang diuji.

Sedangkan untuk mencari nilai  $t_h$  ( $t_{hitung}$ ) digunakan rumus sebagai berikut: (Sudjana, 1992)

$$t_h = \frac{b_i}{S(b_i)}$$

Dimana:  $b_i$  = koefisien regresi (parameter yang diestimasi)

$S(b_i)$  = kesalahan standar (standard deviasi) untuk parameter  $b_i$

Langkah berikutnya yang harus dilakukan adalah mencari koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) dari masing-masing variabel bebas. Koefisien determinasi parsial ini berguna untuk mengetahui sejauh mana sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tidak bebasnya. Semakin besar  $r^2$  suatu variabel bebas menunjukkan semakin dominannya kontribusi variabel bebas tersebut terhadap variabel tidak bebasnya, dan variabel bebas yang mempunyai  $r^2$  paling besar menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel tidak bebasnya

Untuk mengetahui berapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas ( $X_i$ ) terhadap variabel terikat ( $Y_i$ ), dapat dilihat dari nilai Koefisien Determinasi Parsialnya ( $r^2$ ) dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasinya ( $r$ ). Adapun koefisien korelasi ( $r$ ) adalah koefisien korelasi parsial antara variabel bebas ( $X_i$ ) dengan variabel terikat ( $Y_i$ ) dengan anggapan variabel  $X_j$  lainnya konstan dengan rumus sebagai berikut: (Sudjana, 1992: 368)

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\left\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\right\} \left\{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\right\}}}$$

### 3.2.6.2. Pengujian Hipotesis Simultan (*Overall Test*)

Untuk membuktikan hipotesis penelitian secara simultan, maka digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi secara keseluruhan, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = 0$$

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 \neq b_7 \neq 0$$

Pengujian melalui uji F atau variasinya adalah dengan membandingkan F hitung dengan F tabel pada  $\alpha = 0,05$ , dan  $\alpha = 0,01$

Apabila hasil perhitungan menunjukkan :

$$1. F_h \geq F_t \rightarrow H_0 \text{ ditolak}$$

Ha diterima

Artinya, model regresi berhasil menerangkan pengaruh variabel bebas secara keseluruhan, terhadap variabel tidak bebasnya.

$$2. F_h < F_t \rightarrow H_0 \text{ diterima}$$

Ha ditolak

Artinya, model regresi **tidak** berhasil menerangkan pengaruh variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel tidak bebasnya.

Untuk membuktikan apakah *Koefisien Multiple* ini signifikan atau tidak dipergunakan uji F dengan rumus sebagai berikut: (Sudjana, 1991: 75)

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

*Level of significant* ( $\alpha$ ) = 5% atau 1%

dimana :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$k$  = Banyaknya variabel bebas ( $X_i$ )

$n$  = Ukuran sampel (*sample size*)

Paramater ( $n - k - 1$ ) berguna untuk mencari nilai tabel dari uji F ( $F_{\text{tabel}}$ ) pada tingkat significant yang ditentukan oleh ( $\alpha$ ). Nilai  $F_{\text{tabel}}$  kemudian dibandingkan dengan  $F_{\text{hitung}}$ .

Adapun untuk menghitung berapa besar variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) dapat dilihat dari Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) dengan rumus sebagai berikut: (Walpole, 1990: 357)

$$R^2 = \frac{SSR}{SST} = \frac{\sum (Y_i - \hat{Y})^2}{\sum (Y_i - \bar{Y})^2}$$

Dimana :  $R^2$  = Koefisien Determinasi

SSR = Sum of Square Regression

SST = Sum of Square Total

$Y_i$  =  $Y$  observasi

$\hat{Y}$  = Nilai expected

$\bar{Y}$  = Nilai rata-rata dari  $Y_i$