

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan objek kajian mengenai permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu variabel kualitas layanan BRIMO, baruan promosi, tingkat persaingan dan kepuasan nasabah. Adapun objek yang diteliti adalah Nasabah Pengguna BRIMO. BRI Kantor Cabang Tasikmalaya, Jl. R. Ikik Wiradikarta No.7, Yudanagara, Cihideung, Tasikmalaya, Jawa Barat.

3.1.1. Sejarah Bank Rakyat Indonesia

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia didirikan di Purwokerto Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama “*De Poerwokertosche Hulpen Spaarbank der Inlandsche Hoofden*”, yang pada awalnya adalah lembaga yang mengelola dana kas masjid masyarakat pada tanggal 16 Desember 1895 yang kemudian dijadikan hari lahir BRI. Pada 16 Desember 1895 secara resmi dibentuk *Hulpen Spaarbank der Inlandsche Bestuurs ambetenareen* yang kemudian dikenal dengan “Bank Perkreditan Rakyat” yang pertama di Indonesia. Kemudian mengalami beberapa kali pergantian nama seperti pada tahun 1897 berganti menjadi *De Poerwokertosche Hulpen Spaar- en Landbouw Credietbank (Volksbank)* atau dikenal dengan “Bank Rakyat”, pada tahun 1912 menjadi *Centrale Kas Voor*

Volkscredietwezen Algemene dan pada 1934 menjadi *Algemene Volkscredietbak* (AVB) dan pada masa pendudukan jepang di tahun 1942 AVB berubah menjadi *Syomin Ginko*.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, yaitu tanggal 22 februari 1946 pemerintah Indonesia mengubah lembaga ini menjadi Bank Rakyat Indonesia berdasarkan peraturan Pemerintah No.1 tahun 1946 disebutkan bahwa BRI sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa peperangan mempertahankan kemerdekaan Indonesia pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat berhenti dan mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Kemudian pada tahun 1960, pemerintah sempat membentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Handels Maatschappij* (NHM). Kemudian tahun 1965 BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia sebagai Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (BIUKTN) dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang ekspor impor. Setelah itu, pada tahun 1968 berdasarkan Undang-Undang No.21 Tahun 1968, pemerintah menetapkan kembali nama Bank Rakyat Indonesia sebagai Bank Umum.

Pada tahun 1992 Bank BRI berubah status hukum menjadi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dengan kepemilikan pada saat itu masih 100% ditangan pemerintah Republik Indonesia. Kemudian pada tahun 2003, pemerintah menjual 30% saham bank BRI dan mencatatkannya di Bursa Efek Jakarta yang kini Bursa Efek

Indonesia dengan kode saham BBRI pada 10 November 2003 dan BRI menjadi Perseroan Terbuka hingga saat ini.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. yang berdiri sejak 1895 didasari pada pelayanan masyarakat kecil yang sampai sekarang tetap konsisten, yaitu fokus memberikan fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Seiring perkembangan dunia perbankan yang lebih pesat, saat ini Bank Rakyat Indonesia mempunyai Unit Kerja yang berjumlah 5.239 dengan 1 kantor pusat, 19 kantor wilayah, 461 kantor cabang (termasuk unit kerja luar negeri), 584 kantor cabang pembantu, 971 kantor kas, 2.457 Teras BRI, 610 Teras BRI keliling, 152.443 jaringan e-channel (ATM, EDC, CDM, E-Buzz) di seluruh Indonesia.

3.1.2. Logo Bank Rakyat Indonesia



Sumber: bri.co.id

Gambar 3.1
Logo Bank BRI

Susunan Logo

Penataan huruf B, R, dan I pada logo tersebut yang ditata sedemikian rupa sehingga memberi kesan irama dari huruf B yang memiliki dua lengkungan, kemudian huruf R yang tersisa satu lengkungan dan digantikan dengan bentuk yang lurus, dan selanjutnya huruf I yang melebur bersama garis pembatas tanpa adanya lengkungan seperti pada huruf B dan R. Irama tersebut mencerminkan

Misi BRI yang berusaha memberikan pelayanan terbaik agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Selanjutnya Kotak dengan sudut yang lembut pada sekeliling huruf BRI memiliki makna bahwa pelayanan Bank BRI memiliki cakupan yang luas untuk segala kalangan

Makna Logo

1. Pada huruf “B” terdapat dua Lengkungan yang berarti kehidupan ekonomi yang masih sangat labil karena bentuk lengkung juga mewakili makna tujuan yang kurang jelas.
2. Pada huruf “R” terdapat satu Lengkungan yang kemudian berlanjut dengan garis diagonal yang dapat dimaknakan kurang seimbang yang dapat mewakili masyarakat dengan kehidupan ekonomi menengah.
3. Dan kemudian pada Huruf “I” yang merupakan garis vertikal tegak lurus melambangkan kestabilan, keagungan, dan kemegahan yang dapat mewakili kalangan masyarakat dengan ekonomi yang sangat baik

3.1.3. Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia

1. Visi Bank Rakyat Indonesia

Menjadi, *“The Most Valuable Banking Group di Asia tenggara dan Champion of Financial Inclusion”*

2. Misi Bank Rakyat Indonesia

- 1) Memberikan yang terbaik

Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat

2) Menyediakan pelayan yang prima

Memberikan pelayan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk management excellence*.

3) Bekerja dengan optimal dan baik

Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Government* yang baik.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara ataupun teknik yang dipergunakan sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data serta menganalisisnya agar diperoleh suatu kesimpulan guna mencapai tujuan penelitian. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2017: 2) menjelaskan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, yang merupakan bagian dari penelitian kuantitatif. Dalam survey, informasi dikumpulkan dari responden menggunakan angket atau kuesioner yang didistribusikan secara langsung atau melalui perantara seperti melalui media online atau telepon.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami sebagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Variabel bebas atau variabel (X), yaitu variabel yang memengaruhi variabel yang tidak bebas. Yang terdiri dari :

$X_1 =$ Kualitas Layanan BRIMO

$X_2 =$ Bauran Promosi

$X_3 =$ Tingkat Persaingan

2. Variabel tidak bebas atau variabel (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel tidak bebas dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel (1)	Definisi Operasional (2)	Dimensi (3)	Indikator (4)	Skala (5)
Kualitas Layanan BRIMO (X₁)	Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.	1. <i>Speed</i>	- Kecepatan BRIMO - Kemudahan BRIMO	Ordinal
		2. <i>Security</i>	- Keamanan - Jaminan kerahasiaan	
		3. <i>Accuracy</i>	- Akurat - Tanggap	
		4. <i>Trust</i>	- Kepercayaan terhadap kualitas teknologi - Minim gangguan	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Bauran Promosi (X₃)	Suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bermaksud menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk dan atau mengingatkan target pasar perusahaan dan produk-produk agar mau menerima, membeli dan setia produk yang telah ditawarkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Penjualan Perorangan 4. Hubungan Masyarakat 5. Pemasaran Langsung 	<ul style="list-style-type: none"> - Tampilan iklan yang dipakai menarik - Pesan iklan yang disampaikan dapat dipahami - Pemberian kupon setelah melakukan pembelian - Adanya potongan harga - Membangun hubungan baik dengan pelanggan - Ketepatan membentuk pemahaman pelanggan - Keikutsertaan dalam suatu kegiatan (menjadi sponsorship) - Ketepatan kegiatan publikasi yang diselenggarakan untuk Memengaruhi pelanggan - Menariknya promosi melalui <i>direct-mail</i> (email) - Menariknya promosi melalui media sosial 	Ordinal
Tingkat Persaingan (X₄)	Keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunikan Produk 2. Kualitas Produk 3. Harga 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk bervariasi - Produk menarik bagi nasabah - Kualitas keamanan produk - Spesifikasi sesuai dengan harapan nasabah - Harga Terjangkau - Harga memiliki daya saing dengan produk yang sejenis 	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Perasaan senang atau kecewa yang dirasakan nasabah yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) dengan harapannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Harapan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan atas kinerja promosi. - Kepuasan atas kinerja bukti fisik yang disediakan - Kesesuaian harapan atas pelayanan - Kesesuaian harapan atas bukti fisik. 	Ordinal

Sumber: Hasil Olah Data

3.2.2 Jenis Data

Pada penelitian yang dilakukan, menggunakan beberapa acuan diantaranya yaitu:

- **Berdasarkan Skala Pengukuran**

Untuk jenis data penelitian berdasarkan skala pengukuran terbagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu data interval dan data rasio. Kedua jenis data tersebut juga memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda-beda.

a. Data Interval

Data interval tergolong dalam jenis data penelitian kuantitatif. Sama seperti data ordinal, data interval ini memiliki sifat berupa jenjang urutan dengan kriteria tertentu. Mengingat bahwa data interval termasuk dalam golongan jenis data kuantitatif, maka hal tersebut membuat data ini dapat diolah menggunakan operasi matematika.

b. Data Rasio

Adapun data rasio merupakan jenis data penelitian dengan sifat dari data nominal, ordinal dan juga data interval. Sehingga jenis data penelitian ini merupakan data yang berbentuk angka serta dilengkapi dengan adanya titik nol absolut atau bahkan mutlak.

- **Berdasarkan Sumbernya**

Berdasarkan sumbernya, jenis data terbagi menjadi dua tipe yakni data primer dan data sekunder. Keduanya dibedakan dari cara mendapatkannya, melalui sumber langsung maupun tidak langsung.

a. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang didapatkan oleh seorang peneliti dari sumber datanya secara langsung. Jenis data penelitian ini juga dapat dikatakan sebagai data asli. Dalam data ini, penulis dapat melakukan pembaharuan guna memperoleh data yang paling terbaru.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang dapat diperoleh melalui sumber yang sudah tersedia. Berbeda dengan data primer yang didapatkan dari sumber secara langsung, data sekunder berasal dari tangan pertama.

3.2.3 Populasi dan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna BRIMO BRI Kanca Tasikmalaya sebanyak 6.247 orang.

3.2.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017: 127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Sugiyono, (2016: 85) mengemukakan bahwa teknik *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja

yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil agar mewakili seluruh populasi digunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (0,1)^2}$$

Keterangan : N = Populasi
n = Sampel
d = 5%

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BRI Kanca Tasikmalaya sebanyak 6.247 nasabah. Untuk menentukan jumlah sampel minimal dengan formulasi penarikan sampel yang telah dikemukakan sehingga jumlah anggota sampelnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (0,05)^2}$$

$$n = \frac{6247}{1 + 6247 (0,05)^2}$$

$$n = 375$$

Dari perhitungan di atas dapat bahwa $n = 375$ hingga sampel yang akan diambil sejumlah 375 nasabah.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal yang dapat Memengaruhi kualitas data dari hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas intrumen penelitian berhubungan dengan validitas dan reabilitas. Instrumen dan kualitas pengumpulan data berhubungan dengan ketepatan cara-

cara yang digunakan dalam mengumpulkan data. Maka dari itu instrumen yang diuji validitas dan reabilitasnya, belum tentu akan dapat menghasilkan data *valid* dan *reliable*, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan sebagai berikut:

1. Data Primer

a. Kuesioner

Dalam hal ini penulis menyebarkan kuesioner berupa pernyataan kepada responden atau nasabah pengguna BRIMO BRI Kanca Tasikmalaya untuk mengetahui pendapat atau tanggapan mereka. Pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan jawaban tertutup dan responden hanya dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapatnya terhadap permasalahan yang diteliti. Adapun kategori jawaban kuesioner terdiri dari dua bagian yaitu positif dan negatif:

Alternatif jawaban untuk pertanyaan positif:

Tabel 3.2

**Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing – masing
Pilihan Jawaban Pernyataan Positif**

Predikat	Nilai	Notasi
Sangat Setuju	5	SS
Setuju	4	S
Kurang Setuju	3	KS
Tidak Setuju	2	TS
Sangat Tidak Setuju	1	STS

Alternatif jawaban untuk pertanyaan negatif:

Tabel 3.3
Pemberian Skor dan Nilai Predikat Masing - masing
Pilihan Jawaban Pertanyaan Negatif

Predikat	Nilai	Notasi
Sangat Setuju	1	SS
Setuju	2	S
Kurang Setuju	3	KS
Tidak Setuju	4	TS
Sangat Tidak Setuju	5	STS

b. Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab dengan cara bertatap muka antara penulis dengan pihak perusahaan yang bersangkutan mengenai objek penelitian.

c. Studi Dokumentasi

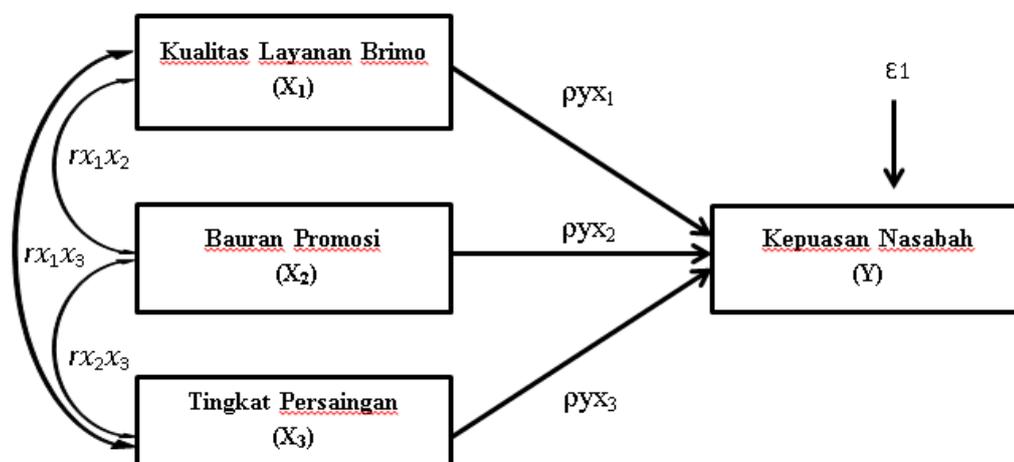
Studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang mempelajari, membaca, dan mengumpulkan dokumen serta arsip perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang berkenaan dengan hal-hal yang menyangkut penelitian. Data sekunder didapatkan penulis melalui *website*, jurnal, dan buku yang mendukung dalam penelitian ini.

3.2.5 Model Penelitian

Untuk lebih menjelaskan pengaruh kualitas layanan BRIMO , bauran promosi dan tingkat persaingan terhadap kepuasan nasabah, dibuat paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.2
Model Penelitian

3.2.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan BRIMO dan bauran promosi terhadap kepuasan nasabah.

3.2.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebarkan.

1. Uji Validitas

Uji Validitas menurut Sugiyono (2017: 125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Kriteria pengujian validitas

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, dapat dilakukan dengan cara:

Nilai $p < \alpha$

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017: 121).

Kriteria pengujian reliabilitas

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap reliabel, dapat dilakukan dengan cara :

Jika r -alpha positif dan r -alpha $>$ r -tabel ($\alpha ; n-2$) n = jumlah sampel

Adapun tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kriteria Indeks Koefisien Realibitas

No	Interval	Kriteria
1.	$< 0,200$	Sangat Rendah
2.	$0,200 - 0,399$	Rendah
3.	$0,400 - 0,599$	Cukup
4.	$0,600 - 0,799$	Tinggi
5.	$0,800 - 1,000$	Sangat Tinggi

(Sumber : Arikunto, 1997)

Untuk mempermudah perhitungan, uji validitas dan uji reliabilitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 20.

3.2.6.2 Analisis Terhadap Kuesioner

Teknik pertimbangan data dengan analisis deskriptif, dimana data yang dikumpulkan dan diringkas pada hal-hal yang berkaitan dengan data tersebut seperti : Frekuensi, mean, standar deviasi maupun rangkingnya. Untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan *skala Likert* untuk jenis pernyataan tertutup yang berskala normal. Sikap-sikap pernyataan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.5
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Kurang Setuju	KS	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

Tabel 3.6
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tinggi
4	Tidak Setuju	TS	Tinggi
3	Kurang Setuju	KS	Sedang
2	Setuju	S	Rendah
1	Sangat Setuju	SS	Sangat Rendah

Perhitungan hasil kuesioner dengan presentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut :

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

X = Jumlah presentase jawaban

F = Jumlah jawaban/frekuensi

N = Jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai tertinggi dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan interval perinciannya, yaitu sebagai berikut.

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Keterangan:

NJI = Nilai jenjang interval yaitu interval untuk menentukan kriteria skor sangat baik, baik, kurang baik, buruk, sangat buruk.

3.2.6.3 Metode Successive Interval

Mengubah data ordinal ke interval. Mengingat data variabel yang digunakan dalam penelitian seluruhnya adalah skala ordinal, sementara pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval. Dengan demikian semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut :

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)

- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $P_i = F_i/n$
- c. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = \sum_{j=1}^i P_j$).
- d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
- e. Hitung SV (scala value = nilai skala), dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Nilai-nilai untuk density diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

- f. SV (Skala Value) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformed SV} \longrightarrow Y = SV + |SV_{\min}|$$

3.2.6.4 Analisis Jalur

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Penulis menggunakan analisis jalur (*path analysis*) karena untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2017:46) analisis jalur merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Model *path analysis* dalam penelitian ini adalah model ko-linier.

a. Asumsi-Asumsi Analisis Jalur

Untuk efektivitas penggunaan analisis jalur menurut Sugiyono (2017: 71), menyatakan bahwa diperlukan beberapa asumsi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Hubungan antar variabel dalam model adalah linier dan adatif;
- 2) Seluruh *Error* (residual) diasumsikan tidak berkorelasi dengan yang lainnya;
- 3) Variabel diasumsikan dapat diukur secara langsung;
- 4) Model hanya berbentuk rekrusive atau searah;
- 5) Variabel-variabel diukur oleh skala interval.

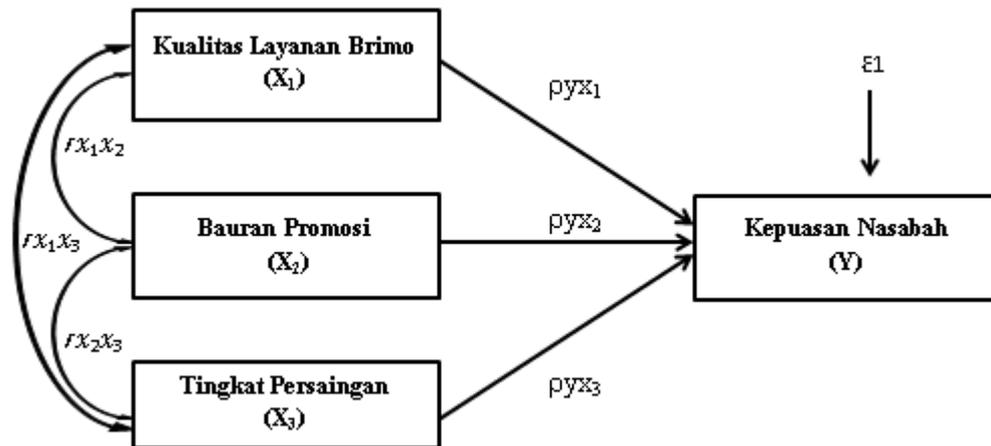
b. Teknik Pengujian Analisis Jalur

Menurut Sugiyono (2017: 72) penjabaran mengenai analisis jalur sebagai berikut:

- 1) Konsep Dasar;
- 2) *Path Diagram* (diagram jalur);
- 3) Koefisien Jalur;
- 4) Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.

c. *Path Diagram*

Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis, sturktur hubungan kausalitas antar variabel independen, dan dependen. Model diagram jalur dibuat berdasarkan variabel yang diteliti. Model analisis dapat dilihat dalam diagram berikut:



Gambar 3.3
Diagram Jalur

Keterangan:

X1 : Kualitas Layanan BRIMO

X2 : Bauran Promosi

X3 : Tingkat Persaingan

Y : Kepuasan Nasabah

ρ (rho) : Koefisien masing-masing variabel

ρ_{YX_1} : Koefisien jalur kualitas layanan BRIMO terhadap kepuasan nasabah

ρ_{YX_2} : Koefisien jalur bauran promosi terhadap kepuasan nasabah

ρ_{YX_3} : Koefisien jalur tingkat persaingan terhadap kepuasan nasabah

ε (epsilon) : Faktor lain yang mempengaruhi variabel dependen (diluar yang dipengaruhi yang tidak diteliti).

3.2.6.5 Koefisien Jalur

Koefisien jalur adalah koefisien regresi standar atau disebut ‘beta’ yang menunjukkan pengaruh langsung dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model jalur. Mencari pengaruh langsung dan tidak langsung yaitu:

Tabel 3.7
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung
Antar Variabel Penelitian

No.	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Jumlah Pengaruh
1	$X_1 \rightarrow Y: (\rho_{YX_1})^2$	$X_1 - X_2 - Y$ $(\rho_{YX_1}) * (r_{X_1X_2}) * (\rho_{YX_2})$	A
		$X_1 - X_3 - Y$ $(\rho_{YX_1}) * (r_{X_1X_3}) * (\rho_{YX_3})$	B
		$X_1 - X_3 - Y$ $(\rho_{YX_1}) * (r_{X_1X_3}) * (\rho_{YX_3})$	C
Total Pengaruh X_1 terhadap $Y = A + B + C = D$			D
2.	$X_2 \rightarrow Y: (\rho_{YX_2})^2$	$X_2 - X_1 - Y$ $(\rho_{YX_2}) * (r_{X_2X_1}) * (\rho_{YX_1})$	E
		$X_2 - X_3 - Y$ $(\rho_{YX_2}) * (r_{X_2X_3}) * (\rho_{YX_3})$	F
		$X_2 - X_3 - Y$ $(\rho_{YX_2}) * (r_{X_2X_3}) * (\rho_{YX_3})$	G
Total Pengaruh X_2 terhadap $Y = E + F + G = H$			H
3	$X_3 \rightarrow Y: (\rho_{YX_3})^2$	$X_3 - X_1 - Y$ $(\rho_{YX_3}) * (r_{X_3X_1}) * (\rho_{YX_1})$	I
		$X_3 - X_2 - Y$ $(\rho_{YX_3}) * (r_{X_3X_2}) * (\rho_{YX_2})$	J
		$X_3 - X_2 - Y$ $(\rho_{YX_3}) * (r_{X_3X_2}) * (\rho_{YX_2})$	K
Total Pengaruh X_3 terhadap $Y = I + J + K = L$			L
$X_1, X_2, X_3 \rightarrow Y$			M
Total Pengaruh X_1, X_2 dan X_3 terhadap $Y = M = D + H + L$			M
Pengaruh langsung yang tidak diteliti I-U			I-U

(Suliyanto, 2016:4)

3.2.6.6 Pengujian Hipotesis

a) Uji T (Uji Parsial)

$H_{01}, \rho_{yx1} = 0$: Kualitas Layanan BRIMO secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

$H_{a1}, \rho_{yx1} \neq 0$: Kualitas Layanan BRIMO secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

$H_{o2}, \rho_{yx2} = 0$: Bauran Promosi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

$H_{a2}, \rho_{yx2} \neq 0$: Bauran Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

$H_{o3}, \rho_{yx3} = 0$: Tingkat Persaingan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

$H_{a3}, \rho_{yx3} \neq 0$: Tingkat Persaingan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

b) Uji F (Uji Simultan)

$H_{o5}, \rho_{yx1} = \rho_{yx2} = \rho_{yx3} = \rho_{yx4} = 0$: Kualitas Layanan BRIMO, Bauran Promosi dan Tingkat Persaingan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

$H_{a5}, \rho_{yx1} = \rho_{yx2} = \rho_{yx3} = \rho_{yx4} \neq 0$: Kualitas Layanan BRIMO, Bauran Promosi dan Tingkat Persaingan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

c) Penetapan Tingkat Signifikan

Tarap signifikan (α) ditetapkan sebesar 5% ini berarti kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemelesetan 5%. Tarap signifikan ini adalah tingkat yang umum digunakan dalam penelitian sosial karena dianggap cukup lekat untuk mewakili hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.