

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN DAN ANALISIS**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu nasabah tabungan Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya. sebagai responden dengan ruang lingkup perspsian kualitas layanan dan kepercayaan konsumen atau nasabahnya.

##### **3.1.1. Gambaran Umum Perusahaan**

Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten merupakan Bank milik Pemerintah Propinsi Jawa Barat dan Pemerintah Propinsi Banten bersama-sama dengan Pemerintah kota/Kabupaten se-Jawa Barat dan Banten. Dasar pendiriannya adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nimor 33 tahun 1960 tentang penentuan perusahaan di Indonesia milik Belanda yang dinasionalisasi.

Salah satu perusahaan milik Belanda yang berkedudukan di Bandung yang dinasionalisasi yaitu NV Denis (De Erste Nederlansche Indische Spaarkas En Hypotheekbank) yang sebelumnya perusahaan tersebut bergerak di bidang bank hipotek. Sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah nomor 33 tahun 1960 Pemerintah Propinsi Jawa Barat dengan Akta Notaris Noezar nomor 152 tanggal 21 Maret 1961 dan nomor 184 tanggal 13 Mei 1961, mendirikan PT Bank Karya Pembangunan dengan modal dasar untuk pertama kali berasal dari kas Daerah sebesar Rp. 2.500.000,00

Untuk menyempurnakan kedudukan hukum Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat, dikeluarkan Peraturan Daerah Propinsi Jawa Barat nomor 11/PDDPRD/72 tanggal 27 juni 1972 tentang kedudukan hokum Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah JAWA barat.

Pada tahun 1992 aktivitas Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat ditingkatkan menjadi Bank Umum Devisa berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 25/84/KEP/DIR tanggal 2 November 1992 serta berdasarkan Perda Nomor 11 Tahun 1995 mempunyai sebutan Bank Jabar dengan logo baru.

Mengikuti perkembangan perekonomian dan perbankan, maka berdasarkan Perda Nomor 22 Tahun 1998 dan Akta Pendirian Nomor 4 Tanggal 8 April 1999 berikut Akta Perbaikan Nomor 8 Tanggal 15 April 1999 yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI tanggal 16 April 1999, bentuk hukum Bank JABAR DIUBAH DARI Perusahaan Daerah (PD) menjadi Bank Pembangunan Daerah Pertama di Indonesia yang menjalankan dual banking system, yaitu memberikan layanan perbankan dengan system konvensional dan dengan sistem syariah.

Agar lebih leluasa dalam melaksanakan ekspansi usaha, berdsarkan hasil Rapat umum Pemegang Saham (RUPS) yang diselenggarakan pada tanggal 16 April 2001, disetujui peningkatan modal dasar Bank Jabar menjadi Rp. 1 triliun. Selanjutnya berdasarkan hasil keputusan RUPS yang diselenggarakan pada

tanggal 14 April 2004 dengan akta No. 10 tanggal 14 April 2004, modal dasar Bank Jabar dinaikkan dari Rp.1 triliun menjadi Rp 2 triliun menjadi Rp 4 triliun. Pada bulan November 2007, menyusul di keluarkannya SK Gubernur BI no. 9/63/kep.gbi/2007 tentang perubahan izin usaha atas nama PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, maka telah dilaksanakan penggantian *call name* dari Bank Jabar menjadi Bank Jabar Banten.

#### **3.1.1.1. Visi dan Misi PT.Bank Jabar Banten Tbk**

- Visi  
Menjadi 10 Bank terbesar dan berkinerja baik bagi Indonesia
- Misi dan Fungsi  
Penggerak dan pendorong laju perkembangan di daerah, melaksanakan penyimpanan uang daerah, salah satu sumber pendapatan asli daerah

#### **3.1.1.2. Moto Perusahaan**

“ Mitra Usaha Menuju Sejahtera “

Sebagai pernyataan dari kebudayaan perusahaan yang tercantum di atas, kami memiliki pilar- pilar budaya perusahaan yang merupakan penjabaran atas pilar utama di atas sebagai acuan pokok bagaimana perilaku seluruh jajaran Bank Jabar Banten dalam melakukan pengelolaan bisnisnya.

Pilar-Pilar Budaya Perusahaan Bank Jabar Banten

- a. Orientasi Kepada Pasar
- b. Pengelolaan dan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia
- c. Pemenuhan Kepentingan Semua Pihak (*stakeholder*)
- d. Peningkatan Kualitas Kinerja

### **3.1.1.3. Struktur Organisasi Dan Uraian Jabatan Bank Jabar Banten**

#### **Cabang Tasikmalaya**

Bank merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang tata kerjanya memerlukan banyak orang maka diperlukan penyusunan organisasi yang teratur dan disusun secara tersendiri sehingga terlihat suatu kerjasama yang baik antara pimpinan dan karyawan bank itu sendiri.

Suatu organisasi yang salah menyebabkan simpang siurnya tata laksana pekerjaan karena batasan-batasan yang kurang jelas, karena itu organisasi yang baik merupakan masalah yang penting atau pokok bila bank ingin bekerja secara efektif dan efisien dengan tidak mengurangi dan mempengaruhi terhadap pelayanan masyarakat yang pada akhirnya tercapai tujuan organisasi yang dikehendaki.

Tujuan dari organisasi itu sendiri antara lain :

1. Untuk memudahkan pelaksanaan tugas
2. Memudahkan pengawasan
3. Kegiatan bawahan terarah pada tujuan yang telah ditetapkan
4. Menentukan dan memperoleh bawahan yang dibutuhkan.

Untuk kelancaran pembagian tugas dari dalam memiliki struktur organisasi, maka kantor Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya memiliki struktur organisasi yang dirancang dengan meningkatkan potensi pengembangan, sebagai berikut :

- Mengembangkan kapabilitas organisasional yaitu kapabilitas SDM dan IT/System.
- Meningkatkan penghimpunan dana retail dan berbiaya murah.
- Meningkatkan sektor produktif untuk skala usaha mikro, kecil dan menengah.
- Memperkuat UMKM Center.
- Meningkatkan daya saing produk, dengan memberikan fasilitas kredit konsumsi melalui *Credit Card*.
- Meningkatkan layanan perbankan yang berbasis teknologi, dengan menyediakan fasilitas *Electronic Banking*.
- Diarahkan pada pengembangan kerjasama keuangan dan pengelolaan transaksi perbankan dengan nasabah korporat (*Cash Management*).
- Meningkatkan pengawasan kredit.
- Dalam rangka meningkatkan layanan kepada nasabah yang memerlukan preferensi / pilihan investasi, perlu mengembangkan produk *Investment Banking* dan produk-produk *Wealth Management*.
- Meningkatkan promosi dan pengiklanan serta membangun citra melalui *branding* yang kuat.
- Mengembangkan bisnis-bisnis anak perusahaan pada area yang masih terkait dengan pendanaan, antara lain asuransi, manajemen investasi, sekuritas dan *multi financing*.
- Mengembangkan produk dan layanan transaksi Bank Devisa.

- Meningkatkan fungsi *Treasury* dan mengembangkan produk-produk *Treasury*.
- Meningkatkan fungsi *Project Management Office*.

#### **3.1.1.4. Uraian Jabatan**

##### **1) *Head of Branch Office***

- a. Memimpin dan bertanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas Cabang dalam usaha memasarkan produk dan jasa bank serta memberikan layanan unggul kepada nasabah
- b. Melaksanakan seluruh tugas pokok Cabang secara efektif dan efisien serta membina hubungan operasional dan mengamankan kepentingan cabang khususnya serta bank pada umumnya
- c. Melakukan pengembangan, pengendalian dan pengelolaan administrasi secara efisien
- d. Bertanggung jawab sepenuhnya dalam melaksanakan kepatuhan terhadap system prosedur peraturan Bank Indonesia serta peraturan perundangundangan lainnya yang berlaku.
- e. Bertanggung jawab sepenuhnya atas pelaksanaan fungsi manajemen secara utuh, konsisten dan kontinyu.
- f. Menyusun, mengusulkan dan menerima penetapan Rencana kerja dan Anggaran Tahunan Cabang dari Kantor Pusat

##### **2) *Commercial Banking***

- a. Melaksanakan seluruh tugas pokok pada unit kerja yang berada dibawah penyeliaan Pimpinan Bagian Pemasaran Luar Negeri secara

efektif dan efisien sesuai dengan batasan dan wewenang yang ditetapkan direksi.

- b. Membina hubungan kerja yang baik dengan semua pihak intern maupun ekstern yang dapat menunjang kelancaran tugas Bidang Pemasaran Luar Negeri
- c. Membantu Pimpinan Cabang dalam merumuskan dan menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Bagian Pemasaran Luar Negeri serta mengevaluasi perkembangan pencapaiannya.
- d. Memberikan rekomendasi terhadap usulan fasilitas L/C ekspor atau impor
- e. Menandatangani surat-surat, laporan-laporan serta dokumen-dokumen lainnya dalam rangka aktivitas Bagian Pemasaran Luar Negeri sesuai dengan kewenangan yang berlaku
- f. Menandatangani cek atau penarikan dengan cara lainnya atas rekening nasabah dalam batas wewenang yang diberikan Direksi

### **3) *Consumer Banking***

- a. Melaksanakan seluruh tugas pokok pada unit kerja yang berada dibawah penyeliaan Pemimpin Bagian Pemasaran Dalam Negeri secara efektif dan efisien dan wewenang yang diterapkan Direksi serta menyelia dan berpartisipasi aktif terhadap Seksi Pemasaran Kredit dalam berbagai Kegiatan Pemasaran Kredit

- b. Membina hubungan kerja yang baik dengan semua pihak intern maupun ekstern yang dapat menunjang kelancaran tugas Bidang Pemasaran Dalam Negeri
- c. Membantu Pimpinan Cabang dalam merumuskan dan menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Cabang serta mengevaluasi perkembangan pencapaiannya
- d. Menandatangani cek, giro, bilyet atau penarikan dengan cara lainnya atas rekening nasabah dalam batas wewenang yang diberikan Direksi
- e. Memberikan rekomendasi terhadap Memorandum Pengusulan Analisa Kredit Komersial Segmen Ritel
- f. Menandatangani surat-surat, laporan-laporan serta dokumen-dokumen lainnya dalam rangka aktifitas Bidang Pemasaran Dalam Negeri sesuai dengan kewenangan yang berlaku.

#### **4) *Operational***

- a. Melaksanakan seluruh tugas pokok pada unit kerja yang berada dibawah penyeliaan Pimpinan Bagian Operasional secara efektif dan efisien sesuai dengan batasan dan wewenang yang ditetapkan direksi.
- b. Membina hubungan kerja yang baik dengan semua pihak intern maupun ekstern yang dapat menunjang kelancaran tugas Bidang Operasional
- c. Membantu Pimpinan Cabang dalam merumuskan dan menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Bagian Operasional serta mengevaluasi perkembangan pencapaiannya.

- d. Menutup asuransi atas barang-barang jaminan kredit, harta tetap dan investasi bank, asuransi jiwa, nasabah atau pegawai Kantor Cabang sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- e. Menyetujui pembayaran-pembayaran biaya rutin Cabang, serta biaya pemeliharaan dan atau perbaikan harta tetap dan investasi Cabang dalam batas wewenang yang diberikan Direksi
- f. Menyetujui pemberian cuti atau ijin dan ongkos perjalanan cuti kepada pegawai Cabang sesuai dengan batasan dan kewenangan yang diberikan.

**5) *Sub Branch***

- a. Melaksanakan seluruh fungsi pokok pada unit kerja yang berada dibawah penyelia Wakil Pimpinan Cabang serta efektif dan efisien sesuai dengan batasan dan wewenang yang ditetapkan oleh Direksi
- b. Membina hubungan kerja yang baik dengan pihak intern maupun ekstern untuk menunjang kelancaran tugas Bidang Pelayanan dan Operasional serta mengamankan seluruh kepentingan cabang.
- c. Menyetujui pemberian Kredit Standar, Garansi Bank Full Cover, serta menandatangani dokumen-dokumen kredit standar dalam batas wewenang yang diberikan oleh Direksi.
- d. Menyetujui penarikan tunai dan non tunai yang lazim atas rekening nasabah
- e. Menandatangani cek atau penarikan dengan cara lainnya atas rekening pada Bank Indonesia atau Bank lain dalam batas wewenangnya.

- f. Mengusulkan tugas dan tanggung jawab pegawai serta melakukan rotasi pegawai Cabang dibawah penyeliannya.
- g. Menandatangani surat-surat dalam rangka aktivitas cabang, serta menandatangani lapora-laporan atas nama cabang, sesuai dengan kewenangan yang berlaku.

**6) *Internal Control Branch***

- a. Menyusun dan merumuskan Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Unit :
  - 1. Menghimpun bahan yang diperlukan untuk menyusun usulan
  - 2. Mengkaji Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Unit tahun lalu dan tahun berjalan
  - 3. Membuat usulan Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Unit
- b. Melaksanakan pengawasan dan pemeriksaan terhadap proses kegiatan:
  - 1. Melakukan pemeriksaan secara sampling atas keabsahan voucher, kas,pemindahbukuan dan kliring, terutama yang menyangkut kewenangan pejabat serta pelaksanaan kebenaran
  - 2. Meneliti kecocokan antara saldo rekening neraca dan rekening buku besar, rekening sub buku besar dan rekening nominative

**7) *Credit Supervision***

- a. Melaksanakan seluruh tugas pokok pada unit kerja yang berada dibawah penyeliaan Pimpinan Supervisi Kredit secara efektif dan efisien sesuai dengan batasan dan wewenang yang ditetapkan Direksi.

- b. Membina hubungan kerja yang baik dengan semua pihak intern maupun ekstern yang dapat menunjang kelancaran tugas Bidang Supervisi Kredit
- c. Membantu Pimpinan Cabang dalam merumuskan dan menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Cabang serta tujuan yang akan dicapai
- d. Menyelia dan berpartisipasi aktif terhadap Seksi Supervisi Kredit yang efektif dalam kegiatan menyusun dan merumuskan Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Unit
  - 1. Merencanakan, melakukan serta mengelola penyelamatan kredit bermasalah segmen ritel
  - 2. Memproses usulan penyelesaian kredit bersama segmen retail.

### **3.2. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Survey Explaniory* yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data pokok, untuk kemudian digunakan untuk menjelaskan kausal antara 2 variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini terdiri dari tiga tujuan. Tujuan penelitian pertama, yaitu untuk mengetahui *perceived service quality* Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya, menggunakan metode penelitian deskriptif. Tujuan penelitian kedua, yaitu untuk mengetahui kepercayaan konsumen Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya, menggunakan metode penelitian deskriptif. Tujuan penelitian ketiga, yaitu untuk mengetahui pengaruh *perceived service quality* terhadap

kepercayaan konsumen Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya, menggunakan *explanatory research*.

### **3.2.1. Operasionalisasi Variabel**

Penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Menurut Nasir (2003:423) variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel sebelumnya. Sementara variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel lainnya. Berdasarkan judul penelitian yaitu : “*Pengaruh Perceived service quality Terhadap kepercayaan konsumen Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya*” didapatkan dua variabel utama yang diteliti, yaitu :

1. Variabel *Independen* yaitu *perceived service quality* (X) :
  - *Kualitas interaksi*
  - *Kualitas lingkungan fisik*
  - *Kualitas hasil*
2. Variabel *Dependen* yaitu *kepercayaan konsumen* (Y) :
  - *Technology Orientation*
  - *Reputation*
  - *Perceived Risk*

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	6
<i>perceived service quality</i> (X)	Persepsi konsumen secara keseluruhan mengenai keunggulan ataupun kelemahan Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya	• Kualitas interaksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kepribadian yang dimiliki oleh staf</li> <li>• sikap yang dimiliki staf</li> <li>• kemauan untuk melayani</li> <li>• kemampuan staf dalam melaksanakan pekerjaannya</li> </ul>	Ordinal
		• Kualitas lingkungan fisik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kondisi yang dapat memberikan kenyamanan</li> <li>• fasilitas yang lengkap</li> <li>• tata letak ruangan</li> </ul>	Ordinal
		• Kualitas hasil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Waktu tunggu</li> <li>• pengalaman yang didapat</li> </ul>	Ordinal
<i>Trust</i> (Y)	Keyakinan akan kehandalan dan keyakinan pada Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya	• <i>Technology Orientation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sistem yang digunakan perusahaan</li> <li>• kecepatan sistem perusahaan</li> <li>• kemampuan mengatasi masalah</li> </ul>	Ordinal
		• <i>Reputation</i>	• reputasi perusahaan	Ordinal
		• <i>Perceived Risk</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• persepsi konsumen mengenai resiko</li> <li>• rasa aman ketika menggunakan produk dari perusahaan</li> </ul>	Ordinal

Untuk memperoleh data yang akan dianalisis dibuat daftar pertanyaan yang berbentuk positif maupun yang berbentuk negatif dengan alternatif jawaban

sebagai berikut : SS (Sangat setuju), S (Setuju), RR (Ragu-Ragu), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Untuk lebih jelasnya mengenai formulasi nilai, notasi dan predikat masing-masing pilihan jawaban dapat dilihat pada tabel dari Sugiyono (2001: 111) sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Formasi Notasi, Nilai dan Predikat**  
**Masing-Masing Pilihan Jawaban**

<b>Notasi</b>	<b>Nilai Positif</b>	<b>Nilai Negatif</b>	<b>Predikat</b>
SS	5	1	Sangat Tinggi
S	4	2	Tinggi
RR	3	3	Sedang
TS	2	4	Rendah
STS	1	5	Sangat Rendah

### 3.2.2. Prosedur Pengumpulan Data

#### 3.2.2.1. Jenis Data

Dalam menyusun usulan penelitian ini penulis menggunakan dua jenis data, yaitu:

##### 1. Data Primer

Data yang diolah dengan teknik wawancara dan observasi langsung pada objek penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dengan menggunakan kuesioner.

##### 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari study kepustakaan dengan mempelajari buku-buku dan literature lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

### 3.2.2.2. Populasi Sasaran

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2007 : 90) adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini ( $N$ ) adalah Nasabah dari Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya. Pada penelitian ini, penulis menetapkan tingkat kepercayaan sebesar 90%, dan nilai presisi sebesar 10%. Secara kuantitatif, nilai presisi disebut kesalahan baku dimana semakin besar sampel maka semakin kecil kesalahan baku, karena nilai taksiran mendekati nilai parameternya Singarimbun dan Effendi (1995:151).

Jumlah keseluruhan nasabah pada Bank Jabar Banten Cabang Tasikmalaya pada akhir tahun 2011 adalah sebesar 44.872 orang.

### 3.2.2.3. Penentuan Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampling aksidental, menurut Sugiyono (2001:77) yaitu: “Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

Berdasarkan tingkat presisi yang telah ditetapkan, maka ukuran sampel akan dihitung berdasarkan rumus *Slovin* (Jalaludin Rakhmat, 2000:49).

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

Keterangan :

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%)

Maka ukuran sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{44.872}{1 + (44.872 \times 0.1^2)}$$

$$n = 99.77764$$

Jadi diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 10% adalah sebanyak 99,78 responden, dibulatkan menjadi 100 orang nasabah tabungan BJB Cabang Tasikmalaya.

**3.2.2.4. Prosedur Pengumpulan Data**

Teknik yang penulis gunakan dalam melakukan pengumpulan data untuk usulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Field Research (riset lapangan)

Dalam riset lapangan ini penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

- a. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data mengenai masalah dengan objek penelitian khususnya perceived service quality dan kepercayaan konsumen.

- b. Wawancara (interview)

Teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung untuk mendapatkan data dan penjelasan mengenai masalah dengan objek penelitian khususnya.

c. Studi Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara mentransfer data-data yang telah diperoleh atau informasi yang telah didokumentasikan. Seperti sejarah perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

2. Library Research (riset kepustakaan)

Penelitian dengan landasan literatur yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

### 3.3. Model/Paradigma Penelitian

Untuk mengetahui paradigma penelitian mengenai bagaimana pengaruh *perceived service quality* terhadap kepercayaan konsumen maka dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



**Gambar 3.1**  
**Paradigma Penelitian**

### 3.4. Teknik Analisis Data

#### 3.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Sehubungan pengumpulan data yang dilakukan berupa kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan yang tersedia sangat penting.

Kemudian untuk mengukur keabsahan suatu penelitian dibutuhkan alat tukar yang valid. Dalam Penelitian ini dilakukan dan pengujian yaitu uji validitas, setelah dapat ditentukan bahwa pernyataan yang digunakan dinyatakan valid maka dilanjutkan dengan uji reliabilitas.

### 3.4.1.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur mengukur apa yang ingin diukur. Suatu alat ukur yang valid, mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya alat ukur yang kurang valid berarti mempunyai tingkat validitas yang rendah uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor, dengan rumus korelasi *Product Moment* :

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

(Singarimbun dan Efendi, 2003:124)

Keterangan :

$\eta$  = Koefisien *Product Moment*

N = Jumlah Responden

X = Skor salah satu pernyataan

Y = Total skor pernyataan

Prosedur uji validitas yaitu membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  yaitu angka kritik.

Tabel korelasi pada derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) dengan tarif signifikansi  $\alpha = 5 \%$ .

Kriteria pengujian :

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut tidak valid.

### 3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipakai atau dapat diandalkan. Atau reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengatur gejala yang sama.

Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi (2003: 144), langkah-langkah kerja yang perlu dilakukan untuk menghitung indeks reliabilitas dengan teknik belah dua adalah sebagai berikut :

- a. Menyajikan alat pengukur kepada sejumlah responden kemudian dihitung validitas item-itemnya yang valid dikumpulkan, sedangkan yang tidak valid dibuang.
- b. Membagi item-item valid menjadi dua belahan berdasarkan nomor genap dan nomor ganjil.
- c. Skor untuk masing-masing item pada tiap belahan dijumlahkan.
- d. Mengkorelasikan total skor belahan nomor ganjil dengan total skor belahan nomor genap dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*.

Rumusnya sebagai berikut :

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

(Singarimbun dan Efendi, 2003: 124)

$r_{tt}$  = Korelasi (hubungan antara jumlah skor nomor ganjil dengan jumlah skor nomor genap)

$x$  = Jumlah skor nomor ganjil

$y$  = Jumlah skor nomor genap.

$n$  = Jumlah sampel.

- e. Mencari angka reliabilitas untuk keseluruhan item tanpa dibelah, yaitu dengan cara mengoreksi angka korelasi yang diperoleh dengan memasukkannya ke dalam rumus :

$$r_{\text{tot}} = \frac{2(r_{tt})}{1 + r_{tt}}$$

(Singaribun dan Efendi 2003: 144)

Keterangan :

$r_{\text{tot}}$  = Angka reliabilitas keseluruhan item.

$r_{tt}$  = Angka koefisien belahan pertama dan belahan kedua.

Dari hasil perhitungan di atas, maka kaidah keputusannya adalah :

Jika  $r_{\text{tot}} > r_{tt}$  maka pernyataan reliabel.

Jika  $r_{\text{tot}} < r_{tt}$  maka pernyataan tidak reliabel.

Pengolahan data dilakukan melalui dengan pemberian skor (nilai) pada setiap butir pernyataan pada kuesioner dengan skala 5 – 4 – 3 – 2 – 1 untuk pernyataan positif dan 1 - 2 – 3 – 4 – 5 untuk pernyataan negatif. Pembobotan ini dilakukan dengan menggunakan skala *likert* karena data yang diperoleh dari penelitian ini berskala ordinal sehingga hanya dapat membuat rangking. Selanjutnya dilakukan pengukuran dengan prosentase dan skoring, dengan menggunakan rumus :

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

(Sugiyono. 2001: 152)

Keterangan :

X = Jumlah persentase jawaban.

F = Jumlah jawaban frekuensi.

N = Jumlah responden.

Setelah diketahui jumlah nilai tertinggi dari keseluruhan indikator maka dapat ditentukan interval perinciannya, sebagai berikut :

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

(Sugiyono, 2001 : 156)

Untuk mengubah pengukuran dari skala ordinal ke skala interval digunakan dengan Metode *Succesive Interval* (MSI). Adapun langkah kerja sebagai berikut :

1. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respons yang ada)
2. Bagi setiap bilangan F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh  $P_i = F_i/n$
3. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ( $P_{ki} = P_{(i-1)} + P_i$ )
4. Proporsi kumulatif ( $P_k$ ) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
5. Hitung SV (Scala Value = Nilai Skala), dengan rumus

$$6. \text{ SV} = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

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).

Untuk mengetahui keeratan hubungan variabel X dan variabel Y, maka digunakan analisis koefisien *Rank Spearman* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum d^2}{\sqrt{(\sum X^2 \cdot \sum Y^2)}}$$

dimana :  $r_s$  = Koefisien korelasi Spearman

$d^2$  = selisih antara jenjang variabel X dengan jenjang variabel Y

$n$  = Ukuran Sampel

Untuk mencari nilai  $\sum x^2$  digunakan rumus :

$$\sum x^2 = \frac{n^{\epsilon} - n}{12} - \sum Tx \text{ sedangkan } \sum Tx = \frac{t^{\epsilon} - t}{12}$$

Untuk mencari nilai  $\sum y^2$  digunakan rumus :

$$\sum y^2 = \frac{n^{\epsilon} - n}{12} - \sum Ty \text{ sedangkan } \sum Tx = \frac{t^{\epsilon} - t}{12}$$

Untuk mengetahui pengaruh yang terjadi variabel X terhadap variabel Y, digunakan rumus Koefisien Determinasi sebagai berikut :

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

Setelah nilai koefisien diperoleh, selanjutnya dilakukan pengujian. Signifikan untuk menguji pengaruh *perceived service quality* (X) terhadap kepercayaan konsumen (Y) dengan hipotesis :

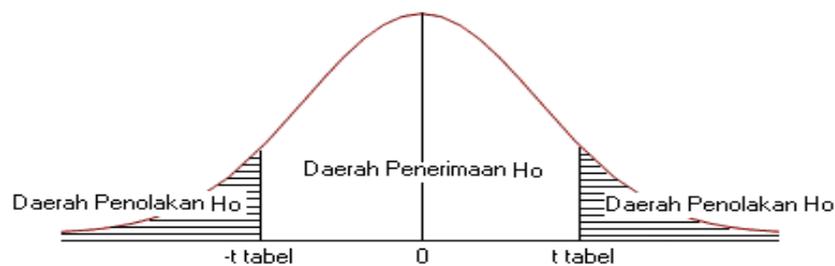
$H_0: \rho = 0$  tidak terdapat pengaruh signifikan antara *perceived service quality* terhadap kepercayaan konsumen.

$H_a: \rho \neq 0$  terdapat pengaruh signifikan antara *perceived service quality* terhadap kepercayaan konsumen.

Untuk menguji tingkat signifikansi maka digunakan pengujian dengan  $t_{hitung}$  dengan tingkat keyakinan sebesar 95 % pada taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 0,05, sehingga dapat diketahui kriteria ujinya sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.



(Sumber: Sugiyono, 2009 : 258)

**Gambar 3.2**  
**Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis**

Dimana nilai  $t_{hitung}$  dapat diperoleh dengan cara menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = rs \sqrt{\frac{N-2}{1-r^2}}$$

Sugiyono (2001 : 221)

Keterangan :

$R_s$  = koefisien korelasi rank spearman.

N = Jumlah sampel

Berdasarkan hasil analisis statistik, selanjutnya diinterpretasikan yang dilandaskan pada implikasi manajerial pemasaran sesuai dengan tujuan penelitian.