

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian yang berjudul “**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MENENTUKAN NASABAH UNTUK MEMILIH PRODUK KTA MIRAI+ BANK BNP (Studi Kasus di PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Utama Sudirman Bandung)**”, yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman no.30 – 32 Bandung. Hal ini dikategorikan sebagai penelitian eksplanatori. Penelitian eksplanatori bertujuan untuk memperoleh jawaban tentang “bagaimana” dan “mengapa” suatu fenomena terjadi (Nuryaman dan Veronica, 2015).

Unit analisis adalah tingkat pengumpulan data yang di kumpulkan selama analisis data (Uma Sekaran, 2006). Unit analisis dalam penelitian ini adalah individual yaitu Nasabah KTA Mirai+ Bank BNPCabang Utama Sudirman Bandung. Uma Sekaran (2006) mengungkapkan bahwa sebuah studi dapat dilakukan dengan data hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian disebut *studi one shot* atau cross sectional. Penelitian ini dilakukan pada jangka waktu penelitian kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Cross Sectional Method*. *Cross Sectional* merupakan suatu penelitian yang datanya dikumpulkan sekaligus, merupakan hasil sekali bidik (*one snapshot*) pada satu saat tertentu (Asep Hermawan, 2009).

3.2 Operasional Variabel

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:161) “Variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian atau penelitian”. Beberapa ahli mengungkapkan tentang definisi operasional variabel, diantaranya dikemukakan bahwa definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat

diamati (diobservasi) sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain (Ahmadi dan Narbuko 2009:61). Sedangkan menurut Sugiyono (2010:38), variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dengan demikian definisi operasional variabel adalah definisi yang disusun berdasarkan apa yang dapat diamati dan diukur tentang variabel dalam penelitian tersebut. Dari pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa definisi operasional variabel adalah seperangkat nilai-nilai yang berupa tanda-tanda atau konsep obyek penelitian yang dapat diukur dan diamati. Sehingga penelitian dapat diketahui hasil penelitian tersebut. Selanjutnya untuk memudahkan penelitian dan pengukuran, maka variabel dalam penelitian ini didefinisikan dalam bentuk operasional.

Dari variabel-variabel tersebut di atas dapat ke dalam operasionalisasi variabel penelitian yang dapat dilihat dalam table 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel / Sub - Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kinerja Bauran Pemasaran Jasa (X)	Suatu konsep yang menekankan pada pentingnya kualitas dari segi jasa, biaya bank, lokasi / tempat pelayanan, promosi, petugas, sarana fisik dan prosedur	Pelaksanaan bauran pemasaran jasa bank yang meliputi produk, biaya/bunga bank, lokasi / tempat pelayanan, promosi, petugas, sarana fisik dan prosedur	Tingkat pelaksanaan bauran pemasaran jasa bank	Ordinal
Jasa (Product)	Segala tindakan atau manfaat yang dapat	Kemudahan mengajukan	Tingkat kemudahan	Ordinal

(X1)	ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan suatu apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.	aplikasi produk baru dan proses pencairan dananya cepat		
		Privasi dan keamanan data terjamin	Tingkat Keamanan	Ordinal
		Jangka Waktu pengembalian produk disesuaikan dengan kemampuan nasabah	Tingkat daya tarik tenor	Ordinal
		Tanggal Jatuh tempo pembayaran disesuaikan dengan kondisi finansial nasabah	Tingkat daya tarik jatuh tempo	Ordinal
		Pembayaran cicilan produk dapat dilakukan di Bank BNP / ATM apa saja / Kantor Pos	Tingkat kemudahan	Ordinal
Biaya (Price) (X2)	Sejumlah uang yang dibayarkan nasabah dalam memperoleh produk hasil perusahaan	Keterjangkauan biaya administrasi (provisi)	Tingkat keterjangkauan biaya	Ordinal
		Tingkat suku bunga yang kompetitif	Tingkat daya tarik suku bunga	Ordinal
		Biaya denda keterlambatan murah	Tingkat daya tarik denda	Ordinal
		Ada discount untuk Pelunasan Pembayaran bagi nasabah dengan kondisi khusus	Tingkat daya tarik discount	Ordinal

Lokasi (Place) (X3)	Merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk melalui tempat yang tepat	Ketersediaan kantor cabang dan kantor kas yang mudah dicapai	Tingkat ketersediaan kantor cabang dan kantor kas	Ordinal
		Jumlah tempat Pelayanan	Tingkat banyaknya kantor pelayanan	Ordinal
		Memadainya jumlah ATM untuk mempermudah pembayaran	Tingkat memadai	Ordinal
Promosi (Promotion) (X4)	Merupakan aktivitas pemasaran untuk mengkomunikasikan informasi tentang perusahaan dan produknya kepada nasabah	Pesan iklan yang menarik	Tingkat menarik	Ordinal
		Daya tarik penjelasan petugas	Tingkat daya tarik	Ordinal
		Daya tarik sales promotion	Tingkat daya tarik	Ordinal
		Kegiatan publisitas	Frekuensi publisitas	Ordinal
		Program MGM (Member Get Member)	Daya tarik promosi	Ordinal
Orang / SDM (People) (X5)	Orang - orang yang terlibat langsung dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan nasabah	Penampilan petugas	Tingkat daya tarik petugas	Ordinal
		Keramahan petugas	Tingkat keramahan petugas	Ordinal
		Kemampuan kecepatan pelayanan	Tingkat kemampuan kecepatan	Ordinal
		Kepedulian petugas	Tingkat ketanggapan petugas terhadap keluhan nasabah	Ordinal
Proses (Process)	Suatu upaya perusahaan dalam melaksanakan aktivitas usahanya untuk memuaskan nasabah	Pelayanan menjadi nasabah baru	Tingkat kesederhanaan	Ordinal
		Proses pengajuan	Tingkat kemudahan	Ordinal

(X6)		pinjaman kredit		
		Pelayanan Online	Tingkat Kemudahan	ordinal
		Prosedur pencairan dana	Tingkat kemudahan	Ordinal
Sarana Fisik (Physical evidence) (X7)	Suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk jasa yang ditawarkan	Kondisi kantor pelayanan	Tingkat kelengkapan, keindahan, kebersihan dan kenyamanan sarana	Ordinal
		Formulir pengajuan kredit bagi nasabah baru	tingkat kemudahan pengisian	Ordinal
		Formulir pembayaran	Tingkat kelengkapan informasi	Ordinal
Brand Awareness (X8)	Brand Awareness atau kesadaran merek adalah kemampuan dari pelanggan potensial untuk mengenali dan mengingat bahwa suatu merek termasuk kedalam katagori tertentu (Aaker dalam Dhurup Mafini, Dumasi, 2014	Recall	Produk KTA Mirai + Bank BNP mudah diingat.	Ordinal
			Produk KTA Mirai+ mudah diucapkan	Ordinal
		Recognition	Produk KTA Mirai + Bank BNP mudah dikenali konsumen.	Ordinal
			Produk KTA Mirai + Bank BNP lebih dikenal dibandingkan merek lain.	Ordinal
		Purchase decision	Produk KTA Mirai + Bank BNP masuk ke dalam daftar produk KTA pilihan nasabah	Ordinal
			Nasabah memilih	Ordinal

			produk KTA BNP dari pada produk pinjaman kredit sejenis	
		Consumption	Nasabah memilih KTA Mirai+ Bank BNP saat memerlukan dana tunai	Ordinal
			KTA Mirai+ adalah produk KTA pilihan utama nasabah.	Ordinal
Perilaku Konsumen (X9)	Perilaku Konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Kotler dan Keller (2013)	Budaya	Kebiasaan masyarakat yang menggunakan produk KTA akan kebutuhan dana tunai	Ordinal
		Individu	Usia nasabah yang akan pengajuan baru	Ordinal
			Tingkat pendidikan nasabah yang memilik KTA Mirai+ Bank BNP	Ordinal
			Tingkat penghasilan nasabah yang memilik KTA Mirai+ Bank BNP	ordinal
		Sosial	Keluarga sebagai referensi dalam memilih KTA Mirai + Bank BNP	Ordinal

			Rekan atau kolega sebagai referensi dalam memilih KTA Mirai + Bank BNP	Ordinal
			Komunitas sebagai referensi dalam memilih KTA Mirai + Bank BNP	Ordinal
		Psikologis	Keyakinan diri dalam memilih KTA Mirai + Bank BNP	Ordinal
			Dorongan diri dalam memilih KTA Mirai + Bank BNP	Ordinal
			Persepsi diri dalam memilih KTA Mirai + Bank BNP	Ordinal
			Pengalaman diri dalam memilih KTA Mirai + Bank BNP	Ordinal

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2014). Metode penelitian adalah suatu metode yang dilakukan untuk meneliti dan menyelesaikan suatu masalah yang terjadi, untuk menyusun skripsi ini penulis membutuhkan data dan informasi yang sesuai dengan sifat dan pembahasannya agar data yang diperoleh cukup lengkap untuk membahas permasalahan yang ada.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu hasil penelitian yang telah diolah kemudian diambil kesimpulannya. Tujuan

dari penelitian ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat. Pada variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2014), adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah kesatu dan masalah kedua. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan.

Serta tujuan dari penelitian ini juga ingin mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi nasabah untuk memilih KTA Mirai+ Bank BNP Cabang Utama Sudirman , Bandung , maka pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif memungkinkan individu memfokuskan atensi dan mengungkapkan variasi pengalaman yang dijalaninya. (Patton, dalam Poerwandari, 2007).

Menurut Patton (dalam Poerwandari, 2007) metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk meneliti isu terpilih, kasus-kasus atau kejadian secara mendalam dan detail, fakta berupa kumpulan dan tidak dibatasi oleh kategori yang ditetapkan sebelumnya. Kelebihan metode kualitatif adalah prosedur yang khusus menghasilkan data yang detail dan kaya tentang individu dan kasus-kasusnya.

Penelitian dengan metode kualitatif disebut juga dengan penelitian naturalistik, dimana penelitian ini bersifat atau memiliki karakteristik bahwa datanya dinyatakan dalam keadaan sewajarnya atau sebagaimana adanya dengan tidak dirubah dalam bentuk simbol-simbol atau bilangan. (Nawawi & Martini, 1994).

Pendekatan kualitatif sebagai suatu konsep keseluruhan untuk mengungkapkan rahasia sesuatu, dilakukan dengan menghimpun data sewajarnya, menggunakan cara kerja yang sistematis, terarah, dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga tidak kehilangan sifat ilmiahnya. (Nawawi & Martini, 1994).

Kelebihan metode kualitatif adalah prosedur yang khusus menghasilkan data yang detail dan kaya tentang individu dan kasus-kasusnya. Kelebihan lainnya adalah menghasilkan data yang mendalam dan detail serta penggambaran yang hati-hati tentang situasi, kejadian-kejadian, orang-orang, interaksi dan perilaku yang teramati (Patton, dalam Poerwandari, 2007).

Suparlan (dalam Patilima, 2005) mengatakan bahwa dalam pendekatan kualitatif yang menjadi sasaran kajian/penelitian adalah kehidupan sosial atau masyarakat sebagai sebuah kesatuan yang menyeluruh. Karena itu penelitian harus dilakukan secara teliti, mendalam, dan menyeluruh untuk memperoleh gambaran mengenai prinsip-prinsip umum atau pola-pola yang berlaku umum sehubungan dengan gejala-gejala yang ada dalam kehidupan sosial masyarakat yang diteliti sebagai kasus itu sendiri.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif memberi kesempatan kepada peneliti untuk mengungkapkan hal-hal yang tersimpan dalam pikiran partisipan, perasaan dan keyakinan-keyakinan partisipan yang sulit diungkapkan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kualitatif sedikit banyak dapat dianalogikan dengan proses penyelidikan (investigasi), tidak banyak berbeda dengan kerja detektif yang harus mendapat gambaran dan 'sense' tentang fenomena yang diselidikinya (Sarantakos, dalam Poerwandari, 2007).

Rancangan penelitian ini menggunakan studi kasus, yaitu bertujuan untuk memahami secara menyeluruh mengenai interrelasi fakta dan dimensi fenomena faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memilih KTA Mirai+ Bank BNP cabang Utama Sudirman Bandung. Menurut Sudarwan Danim (2002:54), penelitian kasus (*case study*) dimaksudkan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan dan posisi saat ini reaksi lingkungan unit sosial tertentu yang bersifat apa adanya. Subjektif penelitian dapat berupa individu,

kelompok, institusi, atau masyarakat. Rancangan studi kasus ini digunakan untuk mempertahankan keutuhan dari objek penelitian, yaitu data yang dikumpulkan sebagai suatu keseluruhan yang terintegrasi dalam faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memilih KTA Mirai+ Bank BNP Cabang Utama Sudirman Bandung. Untuk itu, peneliti akan lebih cermat memberikan pertanyaan yang terkonsentrasi pada fokus masalah yang diteliti, bersikap netral dan objektif serta mampu mendeskripsikan rancang bangun studi kasus dengan baik.

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Guna mendukung penelitian maka jenis data yang digunakan sebagai berikut :

1. Data kualitatif

Data penelitian yang bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada perkataan teoritis dan penilaian logis. Menurut Riduwan (2004) mengatakan bahwa data kualitatif yaitu data yang berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata, yaitu data yang sudah dianalisis dan tanggapan dari responden. Data yang diperoleh nasabah KTA Mirai+ Bank BNP KC Sudirman , Bandung ,yang tidak berbentuk angka, seperti gambaran umum perusahaan, hasil kuesioner, dan data-data lain yang menunjang penelitian.

Penelitian memerlukan data kualitatif. Data tersebut merupakan fakta yang dikumpulkan dalam penelitian yang terdiri dari dua sumber, yaitu:

a) Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari sumber asli. Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah di tentukan, serta penjelasan dan keterangan nasabah KTA Mirai+ Bank BNP KC Sudirman , Bandung ,.

b) Data Sekunder

Merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada penulis. Data berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai literatur, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Tipe-tipe pengumpulan data dalam penelitian kualitatif sangat beragam disesuaikan dengan masalah, tujuan penelitian dan sifat objek yang diteliti. Wawancara, observasi, diskusi kelompok terfokus, analisis terhadap karya, analisis dokumen, analisis catatan pribadi, studi kasus, studi riwayat hidup adalah jenis pengumpulan data dalam penelitian kualitatif (Poerwandari, 2007).

Menurut Lofland dan Lofland (dalam Moleong, 2006) sumber utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan ini dapat dicatat melalui perekaman suara atau melalui catatan tertulis, pengambilan foto dan statistik. Pencatatan sumber data utama dalam dapat dilakukan dengan wawancara dan observasi yang merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar dan bertanya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan tesis ini adalah :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penulis melakukan penelitian secara langsung kepada nasabah KTA Mirai+ Bank BNP KC Sudirman Bandung. Adapun cara yang dilakukan adalah menggunakan angket atau kuesioner, yaitu daftar pertanyaan mengenai gambaran umum dari responden, serta sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, dan tiap pernyataan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis, guna mendapatkan data primer yang merupakan sumber data yang diperoleh dari pihak-pihak

yang berhubungan dengan penelitian ini, selanjutnya data primer tersebut akan di bahas dan dianalisis sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

2. Studi Kepustakaan (*Library research*)

Yaitu penelitian dengan mencari data dan membaca literature yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti untuk memperoleh informasi yang akan digunakan sebagai landasan teori guna menunjang penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pengajuan pinjaman produk KTA Mirai + Bank BNP. Populasi penelitian ini adalah Nasabah Bank BNP Cabang Utama Sudirman Bandung.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Dalam menentukan data yang akan diteliti, teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Dalam metode ini, setiap orang mempunyai kesempatan yang sama dengan yanglainnya untuk dipilih menjadi anggota sampel melalui pertimbangan tertentu. Pemilihan sampel ini dilakukan karena peneliti memahami informasi yang dibutuhkan dan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang diperlukan dan mereka memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Sebaran Sampel mengingat jumlah anggota masih dalam jangkauan penelitian maka peneliti akan melakukan pengukuran terhadap sebagian Konsumen dan

agen . Jumlah Konsumen yang bersedia untuk menjadi objek pengukuran selanjutnya akan disebut sampel. Dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel sebesar 80 responden . Karena dengan sampel sebesar 50 responden dapat mewakili populasi yang ada. Skala Pengukuran

Teknik pengukuran skor atau nilai yang di gunakan dalam penelitian ini adalah memakai skala *Likert*, karena skala ini memiliki reliabilitas yang relatif tinggi. Skala *Likert* di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2014).

Adapun kriteria penilaian dapat dilihat dari table 3.2 Skala *Likert* seperti dibawah ini:

Tabel 3.2 Skala Likert

Pertanyaan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Cukup Setuju (CS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2014)

Untuk mengukur variabel X_1, X_2, \dots maka dibuat tabel 4.7 sebagai berikut dengan menggunakan rumus :

$$\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kelas interval}}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Tabel 3.3 Interval Variabel

Interval	Variabel		
	Kelengkapan Produk (X ₁)	Pelayanan (X ₂)	Kepuasan Pelanggan (Y)
4,20-5,00	Sangat Tinggi (ST)	Sangat Baik (SB)	Sangat Tinggi (ST)
3,40-4,19	Tinggi (T)	Baik (B)	Tinggi (T)
2,60-3,39	Cukup (C)	Cukup (C)	Cukup (C)
1,80-2,59	Rendah (R)	Rendah (R)	Rendah (R)
1,00-1,79	Sangat Rendah (SR)	Sangat Rendah (SR)	Sangat Rendah (SR)

3.5 Pengujian Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya (Saiffudin Azwar dalam Rosvita, 2010). Apabila peneliti menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data penelitiannya, maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan berbagai variabel yang digunakan dalam penelitian. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{table}$, maka item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{table}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu penelitian pengukur dapat dipercaya (Saiffudin Azwar dalam Rosvita, 2010). Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama,

selama aspek yang diukur dalam dari subjek memang belum berubah. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$, (Ghozali dalam Rosvita, 2010) : Hasil $\alpha > 0,60 =$ reliabel dan Hasil $\alpha < 0,60 =$ tidak reliable.

3.6 Teknik Analisis Data

Dari hasil pengumpulan data, penulis mencoba untuk mengolah dan menyajikannya dalam bentuk tabel kemudian dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Maksud dari kedua analisis tersebut adalah sebagai berikut :

a. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif, yaitu analisis yang mengungkapkan masalah secara penjabaran berdasarkan pada variabel-variabel yang diteliti sehingga dapat menyatakan kebenaran, dengan kata lain yang lebih sederhana analisis ini mengungkapkan masalah tidak dalam bentuk angka-angka.

3.6.1. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah sebuah model, dimana tidak terdapat variabel bebas dan tergantung. Analisis faktor tidak mengklasifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan tergantung melainkan mencari hubungan interdependensi antarvariabel agar dapat mengidentifikasikan dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya. Analisis faktor pertama kali dilakukan oleh Charles Spearman, dengan tujuan utama analisis faktor adalah menjelaskan hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor, faktor-faktor tersebut merupakan besaran acak (random quantities) yang dapat diamati atau diukur secara langsung.

Kegunaan utama analisis faktor ialah melakukan pengurangan data atau dengan kata lain melakukan peringkasan sejumlah variabel yang akan menjadi kecil jumlahnya. Pengurangan dilakukan dengan melihat interdependensi beberapa variabel yang dapat dijadikan satu yang disebut faktor. Sehingga ditemukan

variabel-variabel atau faktor-faktor yang dominan atau penting untuk dianalisis lebih lanjut (Jonathan Sarwono, 2006:202). Persamaan atau rumus analisis faktor adalah sebagai berikut: $X_i = A_{i1} F_1 + A_{i2} F_2 + A_{i3} F_3 + A_{i4} F_4 + \dots + V_i U_i$

Dimana:

F_i = variabel terstandar ke-I

A_{il} = koefisien regresi dari variabel ke I pada common faktor I

V_i = koefisien regresi terstandar dari variabel I pada faktor unik ke I

F = Common faktor

U_i = variabel unik untuk variabel ke I

M = jumlah common faktor

Secara jelas common faktor dapat diformulasikan sebagai berikut:

$F_i = W_{i1} X_1 + W_{i2} X_2 + W_{i3} X_3 + \dots + W_{ik} X_k$

Dimana:

F_i = faktor ke I estimasi

W_i = bobot faktor atau skor koefisien faktor

X_k = jumlah variabel

Prinsip utama analisis faktor adalah korelasi, maka asumsi-asumsi yang terkait dengan metode statistik korelasi:

- a. Besar korelasi atau korelasi antar independet variabel harus cukup kuat.
- b. Besar korelasi parsial, korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain.
- c. Pengujian sebuah matriks korelasi diukur dengan besaran Barlett Test Of Sphericity atau dengan Measure Sampling Adequacy (MSA).

Setelah sampel didapat dan uji asumsi terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses analisis faktor. Proses tersebut meliputi:

- a. Menguji variabel apa saja yang akan dianalisis.
- b. Menguji variabel-variabel yang telah ditentukan, menggunakan Bartlett Test of Sphericity dan MSA.
- c. Melakukan proses inti analisis faktor, yakni factoring, atau menurunkan satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.

- d. Melakukan proses factor rotation atau rotasi terhadap faktor yang terbentuk. Tujuan rotasi untuk memperjelas variabel yang masuk ke dalam faktor tertentu.
- e. Interpretasi atau faktor yang telah terbentuk, yang dianggap bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut.
- f. Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang terbentuk telah valid.

Tahap pertama dalam analisis faktor adalah dengan menilai mana saja variabel yang dianggap layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya. Pengujian ini dilakukan dengan memasukkan semua variabel yang ada, dan kemudian pada variabel-variabel tersebut dikenakan sejumlah pengujian. Logika pengujian adalah jika sebuah variabel memang mempunyai kecenderungan mengelompok dan membentuk sebuah faktor, variabel tersebut akan mempunyai korelasi yang cukup tinggi dengan variabel lain. Sebaliknya, variabel dengan korelasi yang lemah dengan variabel yang lain, akan cenderung tidak akan mengelompok dalam faktor tertentu.

Uji KMO dan Bartlett Test, memiliki beberapa hal yaitu angka KMO haruslah berada diatas 0,5 dan signifikan harus berada dibawah 0,05. sedangkan pada uji MSA angkanya haruslah berada pada 0 sampai 1, dengan kriteria:

- a. $MSA = 1$, Variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- b. $MSA > 0,5$, Variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- c. $MSA < 0,5$, Variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Setelah satu atau lebih faktor terbentuk, dengan sebuah faktor berisi sejumlah variabel, mungkin saja sebuah faktor berisi sejumlah variabel yang split ditentukan akan masuk ke dalam faktor mans, maka proses selanjutnya adalah dengan melakukan proses rotasi yang akan memperjelas kedudukan sebuah variabel di dalam sebuah faktor.