

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, memilih pendekatan kuantitatif, yakni penelitian yang berdasarkan pada suatu filsafat positivisme yang memandang sebuah fenomena yang terjadi karena adanya sebuah sebab akibat dan menggunakan data berupa angka-angka (Sugiyono, 2020). Penelitian kuantitatif adalah metodologi yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk memahami fenomena sosial atau perilaku manusia. Jenis penelitian ini berfokus pada pengukuran yang objektif dan menggunakan teknik statistik untuk menganalisis data. Jenis penelitian kuantitatif memiliki berbagai karakteristik, seperti objektivitas/mengutamakan data yang dapat dianalisis dan diukur secara statistik, sehingga mengurangi subjektivitas peneliti, pengukuran yang sistematis/menggunakan instrumen seperti kuesioner, skala, atau Proses pengumpulan data dilakukan melalui survei, dan data yang terkumpul dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis serta mendeteksi pola (Amruddin et al., 2022). Studi ini mengadopsi metodologi kuantitatif karena sifat data yang dikumpulkan, yang berupa nilai numerik yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik, yakni berupa angka 1-5 dari *skala likert* yang dipilih responden untuk menjawab setiap pertanyaan yang ada, kemudian dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah *score* penuh yang diperoleh dari jumlah pertanyaan dikali dengan *score* maksimal *skala likert* (angka 5). Sedangkan penelitian kualitatif tidak cocok digunakan untuk penelitian ini karena penelitian cenderung menggunakan deskripsi, pemahaman tentang fenomena sosial, cenderung berbentuk narasi.

Penelitian ini memakai metode penelitian kausal (*causal research*) untuk menguji bagaimana hubungan sebab-akibat yang terjadi di antara variabel. Artinya, terjadi suatu kaitan yang memiliki sifat tidak secara kebetulan namun timbul karena adanya pengaruh dari variabel X sebagai variabel bebas terhadap variabel Y sebagai variabel terikat (penelitian ini, juga menggunakan variabel Z sebagai variabel mediasi). Penelitian ini berfokus pada menguji hipotesis tentang bagaimana satu variabel (variabel independen) memengaruhi variabel lain (variabel dependen). Tujuan metode ini adalah untuk menentukan hubungan / menyediakan bukti empiris mengenai korelasi sebab-akibat antara variabel; menguji hipotesis /

memvalidasi atau menolak hipotesis yang diajukan sebelumnya; dan identifikasi faktor penyebab / mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi hasil tertentu (Sugiyono, 2020). Pengujian pada penelitian menggunakan aplikasi Smart PLS Versi 4.0 dilakukan untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam model yang diuji. Pada penelitian ini, Smart PLS Versi 4.0 digunakan untuk menguji model pengukuran dan model struktural. Pada tahap awal, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen pengukuran, seperti uji konvergen validitas, diskriminan validitas, dan uji reliabilitas konstruk. Selanjutnya, dilakukan pengujian terhadap model struktural untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel.

3.2 Objek Penelitian

Widodo et al. (2023) mendefinisikan objek penelitian dapat berupa individu, kelompok, peristiwa, fenomena, atau konsep yang ingin dipelajari atau dianalisis oleh peneliti. Pemilihan objek yang tepat akan berdampak pada *output* hasil yang valid dan baik. Penelitian ini memusatkan perhatian pada pelanggan PT Bank Mandiri di wilayah Jakarta, di mana loyalitas akan dievaluasi berdasarkan kepercayaan, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Bank Mandiri merupakan sebuah lembaga perbankan terkemuka di Indonesia yang memiliki peran vital dalam perekonomian nasional. Bank Mandiri didirikan pada tanggal 02 bulan Oktober tahun 1998 dari program restrukturisasi sektor perbankan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Bank ini terbentuk melalui penggabungan empat bank milik negara, yaitu Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Exim, dan Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo), yang kemudian menjadi kekuatan besar dalam sistem perbankan Indonesia. Dengan statusnya sebagai salah satu bank terbesar, Bank Mandiri memainkan peranan penting dalam menyediakan produk dan layanan yang mendukung kegiatan ekonomi baik untuk sektor ritel maupun korporasi.

Beberapa produk unggulan termasuk ATM Mandiri, Mandiri Debit, Mandiri Prabayar (e-Money), serta aplikasi mobile banking seperti Livin' by Mandiri. Produk-produk ini merupakan representasi dari upaya Bank Mandiri dalam mengintegrasikan teknologi dalam operasionalnya untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan akses bagi nasabah. Selain itu, layanan kartu kredit Bank Mandiri

yang mencakup berbagai jenis kartu dari Mastercard, Visa, hingga JCB juga akan menjadi bagian penting dalam penelitian ini untuk menilai sejauh mana layanan ini mendukung aktivitas keuangan masyarakat Indonesia.

Dengan menggunakan PT Bank Mandiri sebagai objek penelitian, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana kepercayaan dan kualitas layanan bank berperan dalam menciptakan kepuasan yang kemudian berdampak pada loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah berfungsi sebagai mediator yang menghubungkan hubungan antara kualitas layanan dan kepercayaan dengan tingkat loyalitas nasabah. Peneliti berharap hasil penelitian dapat memberikan wawasan bagi manajemen Bank Mandiri dalam meningkatkan hubungan dengan nasabah serta merancang strategi pemasaran dan layanan yang lebih efektif untuk memperkuat loyalitas nasabah dalam jangka panjang

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian, populasi diartikan sebagai sekumpulan data yang berhubungan dengan objek atau subjek yang diteliti, yang dipilih untuk dilakukan pembelajaran lebih lanjut terkait kuantitas dan kualitasnya (Sugiyono, 2020). Tujuannya adalah untuk mencapai kesimpulan dan jawaban atas masalah yang dirumuskan. Adapun populasi dalam konteks ini mereka yang merupakan nasabah PT Bank Mandiri yang akan menjawab kuesioner terkait kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2020) menyampaikan sampel sebagai bagian kecil dari populasi yang paling cocok dengan kriteria agar dapat mencapai tujuan penelitian. Karena populasi yang digunakan pada penelitian ini memiliki jumlah besar yang sulit untuk diketahui secara pasti pergerakannya, oleh karena itu peneliti melakukan penarikan sampel dengan fokus pada pelanggan yang ada di area Jakarta, dilakukan dengan menggunakan jumlah antara 5 hingga 10 kali jumlah total indikator yang diperiksa dalam sebuah studi. (Hair et al., 2019). Penentuan sampel menggunakan cara non-probabilitas, peneliti memilih menggunakan pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Dalam *purposive sampling*, peneliti memilih sampel berdasarkan

pertimbangan tertentu yang dianggap dapat memberikan informasi yang lebih dalam dan relevan terkait dengan fenomena yang sedang diteliti. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel ini biasanya berdasarkan karakteristik yang spesifik atau pengalaman yang dimiliki oleh responden yang dapat memperkaya analisis penelitian.

Pemilihan metode pengambilan sampel yang tepat memiliki peranan penting agar hasil kuesioner valid dan bisa digeneralisasikan ke populasi yang lebih besar. Sampel yang memadai sangat penting untuk memastikan ketepatan dan keandalan hasil penelitian. Sampel merujuk pada sebagian dari populasi yang dipilih untuk menggambarkan jawaban dari studi penelitian. Sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya, jenis datanya, profilnya, ukurannya, dan kualitasnya agar mencerminkan populasi. Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan ukuran populasi untuk menentukan proporsi individu yang akan dimasukkan ke dalam sampel agar sampel tersebut representatif dari populasi (Sugiyono, 2020).

Peneliti menggunakan rumus Hair et al. (2019) untuk menentukan jumlah minimal sampel pada penelitian ini, yaitu:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= N \times 5 \text{ s/d } 10 \\ &= 15 \times 10 \\ &= 150 \text{ responden.}\end{aligned}$$

Keterangan:

$$\begin{aligned}N &= \text{Jumlah indikator (item pernyataan)} \\ 10 &= \text{Ketentuan rumus}\end{aligned}$$

Oleh karena itu, sampel minimum 150 responden diperlukan untuk penelitian ini. Responden yang dipilih adalah yang mewakili topik penelitian sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, responden yang dipilih memiliki karakteristik merupakan Warga Negara Indonesia yang berdomisili di khususnya area Jakarta karena merupakan area yang menjadi objek penelitian. Selain itu, responden telah menjadi nasabah PT Bank Mandiri minimal 1 tahun dan aktif bertransaksi lebih dari 3x dalam 1 bulan. Kriteria ini ditetapkan agar responden yang dipilih telah memiliki pengalaman dan penilaian yang objektif atas pertanyaan-pertanyaan terkait PT Bank Mandiri yang diungkapkan melalui kuesioner penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Para peneliti menggunakan pengumpulan data sebagai metode untuk mendapatkan informasi dari beragam sumber (Kristiyanti, 2023). Penentuan teknik penting untuk memperoleh data yang valid dan relevan yang sejalan dengan tujuan penelitian. Proses pengambilan data pada penelitian ini kuesioner dibuat menggunakan *platform* media *Online Google Forms* yang kemudian disebar dengan menggunakan pesan elektronik melalui *E-mail* dan *Whatsapp* nasabah.

Kuesioner dibuat berdasarkan indikator yang pengukurannya menggunakan skala *Likert*, yakni Sebuah skala penilaian digunakan untuk memungkinkan para peserta menunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju mereka dengan serangkaian pernyataan. Umumnya, nilai dalam skala *Likert* terdiri dari poin 1 - 5 (Widodo et al., 2023). Skala ini dipilih karena kelebihan yang dimiliki oleh skala *Likert*, seperti mudah dipahami dan diisi oleh responden, dapat digunakan untuk berbagai topik dan variabel, serta mampu menangkap tingkat intensitas sikap atau pendapat. Maka, penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk sebaran kuesioner / pernyataan bagi para responden dengan keterangan sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (SST) = Skor 1
2. Tidak Setuju (ST) = Skor 2
3. Kurang Setuju (KS) = Skor 3
4. Setuju (S) = Skor 4
5. Sangat Setuju (SS) = Skor 5

3.5 Definisi Operasional

Operasional variabel menjabarkan tentang variabel yang digunakan serta cara pengukuran yang diterapkan untuk tiap variabel dalam penelitian. Di bawah ini adalah daftar variabel yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Eksogen : Kepercayaan dan Kualitas Layanan.
2. Variabel Endogen : Loyalitas.
3. Variabel Mediasi : Kepuasan Nasabah.

Adapun tabel definisi operasional yang akan digunakan dalam penelitian ini dalam mengukur variabel, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kualitas Layanan (X2) (Taufik et al., 2022)	Taufik et al. (2022) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah nilai prestise yang diberikan kepada nasabah melalui pelayanan kepuasan yang lebih dengan tujuan menguasai pasar, sehingga akan mudah untuk memasuki industri dan memberikan peluang yang sangat baik bagi perusahaan untuk bertahan di kompetisi pasar.	a) Bukti fisik b) Keandalan c) Daya Tanggap d) Jaminan e) Empati (Nugraha & Astarini, 2023)	Ordinal
2	Kepercayaan (X1) (Silviana et al., 2021)	Silviana et al. (2021) mendefinisikan kepercayaan adalah keyakinan pada diri nasabah bahwa penjual akan bertindak murah hati, kompeten dan bertindak etis.	a) Kesungguhan b) Kemampuan c) Integritas (Mutiarra & Wibowo, 2020)	Ordinal
3	Loyalitas nasabah (Y) (Kotler & Keller, 2021)	Kotler & Keller (2021) mendefinisikan loyalitas nasabah sebagai sikap konsisten dan kesetiaan nasabah.	a) Loyalitas kognitif b) Loyalitas afektif c) Loyalitas konatif d) Loyalitas Tindakan (Nugraha & Astarini, 2023)	Ordinal
4	Kepuasan Nasabah (Z) (Kotler & Keller, 2021)	(Kotler & Keller, 2021) mendefinisikan kepuasan nasabah adalah kebahagiaan atau kesedihan setelah membandingkan ekspektasi yang diperoleh. Jika harapan tidak sesuai, kekecewaan akan muncul. Namun sebaliknya jika ekspektasi melebihi harapannya maka akan timbul perasaan sangat senang dan puas.	a) Sikap nasabah b) Kebahagiaan nasabah c) Kepuasan nasabah (Nugraha & Astarini, 2023)	Ordinal

Sumber: Berbagai Sumber Data Diolah

3.6 Teknik Analisis Data

Metodologi yang diadopsi untuk studi ini bersifat kuantitatif. Metodologi analisis data yang diadopsi untuk studi ini didasarkan pada penggunaan perangkat lunak Smart PLS Statistics versi 4. Smart PLS (Partial Least Squares) merupakan salah satu metode analisis statistik berbasis variabel laten yang sering digunakan dalam penelitian sosial, ekonomi, dan bisnis. Dengan menggunakan pendekatan PLS-

SEM (Structural Equation Modeling), aplikasi ini memungkinkan peneliti untuk menguji model hubungan antar variabel dengan lebih fleksibel, terutama pada data yang tidak memenuhi asumsi normalitas. Pada penelitian ini, Smart PLS Versi 4.0 digunakan untuk menguji model pengukuran dan model struktural. Pada tahap awal, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen pengukuran, seperti uji konvergen validitas, diskriminan validitas, dan uji reliabilitas konstruk. Selanjutnya, dilakukan pengujian terhadap model struktural untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Metodologi analisis yang diadopsi dalam studi ini didasarkan pada penggunaan statistik deskriptif serta penerapan analisis regresi linier berganda untuk memeriksa dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan.

3.6.1 Outer Model

Hair et al. (2019) *Outer model* bertujuan untuk mengkategorikan hubungan antara variabel dengan menggunakan berbagai indikator yang terkait dengan variabel tersebut. Pengujian validitas dan reliabilitas digunakan dalam proses pengukuran outer model yang dibagi menjadi 2 tipe pengukuran, yaitu model reflektif dan formatif. Pada penelitian ini akan menggunakan model reflektif untuk pengukurannya. Pengukuran *Outer Model* dijabarkan oleh 2 uji yang akan dilakukan yaitu *Convergent Validity* dan *Composite Reliability*.

3.6.1.1 Uji Validitas

Convergent validity adalah uji yang mengukur korelasi dua instrumen yang berasal dari sumber yang berbeda namun memiliki korelasi yang tinggi. Uji *convergent* dikategorikan baik apabila memiliki *value* dari *factor loading* di atas 0,7. Pengukuran juga dapat dilakukan dengan nilai AVE atau *Average Variance Extracted*. Nilai AVE yang kurang dari 0,5 menandakan bahwa terdapat kesalahan karena tidak dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah varian dari konstraknya (Hair et al., 2019). Selain itu uji validitas juga diukur dari discriminant validity, discriminant validity mengukur sejauh mana suatu konstruk berbeda dengan konstruk lainnya. Validitas diskriminan diuji dengan menggunakan cross loading, yang mengukur apakah indikator suatu konstruk lebih berkorelasi dengan konstruk tersebut dibandingkan dengan konstruk lainnya. Jika nilai cross loading

untuk indikator lebih tinggi dengan konstruk yang dimaksud dibandingkan dengan konstruk lain, maka konstruk tersebut dapat dikatakan memiliki diskriminan validitas yang baik.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Composite Reliability adalah suatu metode yang digunakan untuk menguji sejauh mana dapat diandalkannya nilai-nilai indikator pada suatu variabel atau konstruk. Dalam pengujian ini, *Composite Reliability* dinilai sebagai alat yang lebih baik untuk mengevaluasi konsistensi internal suatu konstruk, yang dapat mencakup beberapa indikator atau pertanyaan. Menurut Alvin et al. (2023) nilai *Composite Reliability* yang baik seharusnya lebih besar dari 0,7, namun nilai sekitar 0,6 masih dapat diterima. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai *Composite Reliability*, semakin dapat diandalkan konstruk atau variabel yang sedang diukur, karena menunjukkan tingkat konsistensi yang lebih tinggi antara indikator-indikator tersebut. Oleh karena itu, *Composite Reliability* menjadi alat penting dalam memastikan keakuratan dan keandalan pengukuran suatu konstruk dalam konteks analisis data.

Selain *Composite Reliability*, uji reliabilitas lainnya yang sering digunakan adalah Cronbach's Alpha. Cronbach's Alpha mengukur konsistensi internal dari suatu instrumen pengukuran, yaitu sejauh mana setiap item dalam suatu konstruk mengukur dimensi yang sama. Nilai Cronbach's Alpha yang baik biasanya lebih besar dari 0,7, dengan nilai antara 0,6 hingga 0,7 dianggap cukup dapat diterima, meskipun lebih tinggi dari 0,8 akan lebih ideal. Nilai Cronbach's Alpha yang rendah menunjukkan bahwa instrumen pengukuran mungkin tidak konsisten dalam mengukur konstruk yang dimaksud, sehingga perlu dilakukan perbaikan pada instrumen atau pengukuran yang digunakan. Sebagai contoh, jika nilai Cronbach's Alpha untuk suatu konstruk berada di bawah 0,6, maka perlu dilakukan evaluasi ulang terhadap item-item yang ada dalam konstruk tersebut.

3.6.2 Inner Model

Bagian ini mengevaluasi model struktural melalui koefisien determinasi (R^2), *F-Square* (F^2), *predictive relevance* (Q^2), dan pengujian hipotesis (Path Coefficients) dengan bootstrap untuk memastikan validitas dan reliabilitas model.

3.6.2.1 R Square

Hair et al. (2019) menjelaskan bahwa Koefisien determinasi (R^2) adalah metode pengujian dalam menilai besarnya *inner construct* yang dapat dijelaskan oleh *outer construct*. Nilai R^2 akan semakin baik jika semakin mendekati ke angka 1. Nilai R^2 juga diklasifikasikan dalam 3 jenis yaitu substansial atau kuat, sedang atau moderat, dan rendah. Dalam bidang pemodelan statistik, nilai R Square dianggap signifikan ketika melebihi 0,67, moderat antara 0,33 dan 0,67, dan rendah antara 0,19 dan 0,33.

3.6.2.2 F Square

Metode F Square digunakan untuk mengevaluasi dampak ukuran suatu bangunan dalam model struktural dengan mempertimbangkan kontribusinya terhadap varians endogen yang dijelaskan oleh model. Koefisien determinasi R^2 , yang juga disebut F-Square, Mengidentifikasi proporsi varians variabel dependen yang dapat diterangkan oleh varians variabel independen. F-Square yang tinggi Mengindikasikan pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, sementara nilai yang rendah menunjukkan pengaruh yang lebih kecil. Secara umum, nilai F-Square dapat diklasifikasikan sebagai berikut: 0,02 untuk pengaruh rendah, 0,15 untuk pengaruh sedang, dan 0,35 untuk pengaruh tinggi. Pentingnya tes ini terletak pada penentuan kontribusi spesifik dari setiap variabel dalam model struktural, yang memungkinkan untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat tentang hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

3.6.2.3 Q Square

Menurut Hair et al. (2019) menjelaskan bahwasannya *predictive relevance* atau yang lebih dikenal dengan *Q Square* (Q^2), adalah ukuran yang dipakai untuk mengevaluasi sejauh mana suatu model *Partial Least Squares* (PLS) mampu memprediksi nilai yang sebenarnya dari suatu variabel. Menurut Nashar & Taru (2020) jika nilai Q^2 lebih besar dari nol, itu menandakan bahwa model PLS mempunyai keahlian yang bagus ketika menerangkan dan memprediksi konstruk tersebut. Dengan kata lain, Q^2 menjadi indikator keberhasilan model dalam menghasilkan prediksi yang relevan dengan data observasi yang sebenarnya. Dengan Q Square, peneliti dapat mengukur seberapa baik model PLS dapat

digunakan untuk prediksi, memastikan bahwa model tersebut memiliki kegunaan praktis dan dapat diandalkan dalam konteks aplikasi praktisnya.

3.6.2.4 Path Coefficient (Bootstrap)

Hipotesis penelitian akan diuji menggunakan perangkat lunak smartPLS, dengan merujuk pada tabel estimasi koefisien jalur. Eksperimen dari studi ini dilakukan dengan menerapkan metode bootstrap. Menurut Hair et al. (2019), metode bootstrapping diterapkan dengan mengidentifikasi nilai p yang kurang dari 0,05 sambil memastikan bahwa statistik T lebih besar dari 1,96.