

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang dipilih secara ilmiah dan spesifik untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan menyelesaikan atau memecahkan suatu permasalahan yang diajukan dalam sebuah riset pada bidang tertentu.⁹² Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif asosiatif. Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁹³ Metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain, dan metode penelitian asosiatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.⁹⁴

Analisis data pada penelitian ini menggunakan model *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan *software* SmartPLS 4 sehingga penulis akan mengelola data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Selanjutnya

⁹² Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama, 2016), hal 1.

⁹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal 8.

⁹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 11.

hasil penelitian akan lebih mudah disimpulkan dan dideskripsikan bagaimana hasil dari pengelolaan data tersebut.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian merujuk pada elemen-elemen yang telah ditentukan oleh peneliti dalam berbagai bentuknya, dengan tujuan untuk memahami dan mengumpulkan informasi terkait yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk mencapai kesimpulan.⁹⁵ Berdasarkan keterkaitan antara suatu variabel dengan variabel lainnya, maka berbagai jenis variabel dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi:⁹⁶

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen umumnya dikenal sebagai variabel pemicu, variabel prediktor, atau variabel pendahulu. Dalam konteks bahasa Indonesia, seringkali disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah jenis variabel yang mempunyai pengaruh terhadap perubahan atau kejadian pada variabel dependen, biasanya ditandai dengan simbol huruf X. Pada penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Hubungan Pelanggan (X1)

Hubungan pelanggan merupakan sebuah proses mempertahankan hubungan perusahaan dengan pelanggan yang dapat menguntungkan perusahaan melalui penyediaan pelayanan yang bernilai dan memuaskan pelanggan. Pada variabel hubungan pelanggan,

⁹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Hal 38.

⁹⁶ *Ibid*, hal 39.

operasional variabel dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Hubungan Pelanggan (X1)

| VARIABEL | SUB VARIABEL | INDIKATOR | SKALA |
|---------------------------------------|---------------------------|---|---------------|
| Hubungan Pelanggan (X1) ⁹⁷ | Pegawai (<i>People</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai Bank Syariah Indonesia terampil dalam bekerja. 2. Pegawai Bank Syariah Indonesia mampu atau cakap dalam bekerja. 3. Pegawai Bank Syariah Indonesia mampu menjaga hubungan baik dengan nasabah. 4. Pegawai Bank Syariah Indonesia bekerja sesuai dengan tugasnya. | <i>Likert</i> |
| | Proses (<i>Process</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai Bank Syariah Indonesia melakukan penerimaan nasabah dengan baik. 2. Nasabah mendapatkan pelayanan yang mudah saat konsultasi dengan pegawai Bank Syariah Indonesia. 3. Nasabah mendapatkan ruang tunggu yang nyaman saat menunggu antrian di Bank Syariah Indonesia. 4. Nasabah mendapatkan fasilitas minuman dan | <i>Likert</i> |

⁹⁷ Kaniadi dan Ari K.

| | | | |
|--|------------------------------------|--|---------------|
| | | tidak menunggu lama saat sudah memasuki bagiannya untuk mendapatkan layanan dari pegawai Bank Syariah Indonesia. | |
| | Teknologi (<i>Technology</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan <i>Mobile Banking</i> atau <i>Internet Banking</i>, <i>website</i>, dan media sosial Bank Syariah Indonesia memudahkan nasabah mendapatkan informasi tentang Bank Syariah Indonesia 2. Bank Syariah Indonesia menyediakan layanan secara <i>online</i>. 3. Bank Syariah Indonesia selalu aktif dalam mengelola <i>website</i>, media sosial, maupun internet dan <i>mobile banking</i> untuk <i>update</i> mengenai perubahan kebijakan perusahaan. | <i>Likert</i> |

b. Nilai Pelanggan (X2)

Nilai pelanggan merupakan bagian akhir dalam sistem nilai yang akan menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk yang dimiliki kepada pelanggan. Pada variabel nilai pelanggan, operasional variabel dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel Nilai Pelanggan (X2)

| VARIABEL | SUB VARIABEL | INDIKATOR | SKALA |
|------------------------------------|----------------------------------|--|---------------|
| Nilai Pelanggan (X2) ⁹⁸ | <i>Emotional Value</i> | 1. Nasabah merasa bangga menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. 2. Nasabah merasa senang menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. | <i>Likert</i> |
| | <i>Social Value</i> | 1. Nasabah dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup dengan menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. 2. Nasabah dapat memenuhi kebutuhan sosial dengan menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. | <i>Likert</i> |
| | <i>Price/Value of Money</i> | 1. Nasabah mendapatkan kualitas sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. 2. Nasabah mendapatkan manfaat sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. | <i>Likert</i> |
| | <i>Quality/Performance Value</i> | 1. Kinerja Bank Syariah Indonesia sesuai dengan harapan nasabah. | <i>Likert</i> |

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen yang juga sering dikenal sebagai variabel terikat merupakan variabel yang merujuk pada variabel yang terpengaruh atau

⁹⁸ Sweeney dan Geoffrey.

mengalami perubahan sebagai hasil dari variabel bebas. Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah retensi pelanggan. Retensi pelanggan merupakan upaya suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan yang diukur melalui perilaku pembelian pelanggan dengan frekuensi tertentu. Pada variabel retensi pelanggan, operasional variabel dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3
Operasional Variabel Retensi Pelanggan (Y)

| VARIABEL | SUB VARIABEL | INDIKATOR | SKALA |
|-------------------------------------|--------------------------------|--|---------------|
| Retensi Pelanggan (Y) ⁹⁹ | <i>Cognitive Loyalty Stage</i> | 1. Nasabah mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia dari mulai harga, kualitas, dan lain sebagainya. | <i>Likert</i> |
| | <i>Affective Loyalty Stage</i> | 1. Nasabah memiliki kesadaran merek yang kuat dengan ciri merek sudah dikenal. 2. Kesesuaian atribut merek dan layanan dengan harapan nasabah. | <i>Likert</i> |
| | <i>Conative Loyalty Stage</i> | 1. Nasabah memiliki komitmen terhadap produk Bank Syariah Indonesia yang mengarahkan nasabah untuk membeli kembali. | <i>Likert</i> |
| | <i>Action Loyalty Stage</i> | 1. Nasabah memiliki preferensi dalam menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. | <i>Likert</i> |

⁹⁹ Hongyi dan Man.

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | 2. Nasabah melakukan promosi produk Bank Syariah Indonesia dari mulut ke mulut. | |
|--|--|---|--|

3. Variabel Intervening (Z)

Variabel intervening adalah tipe variabel yang posisinya ada di antara variabel independen dan variabel dependen, oleh karena itu variabel independen tidak mempunyai dampak langsung pada variabel dependen.¹⁰⁰ Pada penelitian ini variabel intervening yang digunakan adalah kepuasan. Kepuasan merupakan perasaan atau persepsi pelanggan suatu perusahaan atas sebuah produk mengenai kesesuaian antara harapan dengan hasil yang didapatkan, operasional variabel dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.4
Operasional Variabel Kepuasan (Z)

| VARIABEL | SUB VARIABEL | INDIKATOR | SKALA |
|-----------------------------|--------------------|--|---------------|
| Kepuasan (Z) ¹⁰¹ | Kualitas Produk | 1. Produk Bank Syariah Indonesia berkualitas sesuai harapan nasabah. | <i>Likert</i> |
| | Kualitas Pelayanan | 1. Pelayanan Bank Syariah Indonesia baik. 2. Tingkat kecepatan pelayanan Bank Syariah Indonesia baik. | <i>Likert</i> |
| | Emosional | 1. Nasabah percaya terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia | <i>Likert</i> |
| | Harga | 1. Produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia terjangkau | <i>Likert</i> |

¹⁰⁰ Sudaryono, *Metodologi Penelitian* (Depok: Rajawali Pers, 2018), hal 156.

¹⁰¹ Amanah.

| | | | |
|--|---------------------|---|---------------|
| | Biaya dan Kemudahan | 1. Nasabah merasa mudah untuk mendapatkan layanan dari Bank Syariah Indonesia | <i>Likert</i> |
|--|---------------------|---|---------------|

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian.¹⁰² Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang ada di Kota Tasikmalaya yang terdiri dari BSI KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya, BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung, BSI KCP Tasikmalaya Hz Mustofa, dan BSI KCP Tasikmalaya Universitas Siliwangi yang masih aktif pada waktu penulis melakukan penelitian dengan syarat sudah menjadi nasabah minimal selama satu tahun. Ukuran populasi pada penelitian ini tidak dapat dipastikan secara definitif jumlahnya karena data jumlah nasabah yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya yaitu BSI KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya, BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung, BSI KCP Tasikmalaya Hz Mustofa, dan BSI KCP Tasikmalaya Universitas Siliwangi sifatnya rahasia serta bukan untuk konsumsi publik, sehingga penulis tidak dapat memperoleh data tersebut.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari seluruh populasi yang dipilih untuk studi dan hasil penelitian dari sampel ini digunakan untuk mewakili

¹⁰² Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal 190.

keseluruhan populasi. Oleh karena itu, sampel dapat dianggap sebagai potongan representatif dari populasi yang dipilih dengan metode khusus untuk kemudian diselidiki dan hasil temuannya dapat diterapkan pada populasi secara keseluruhan.¹⁰³

Sampel yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) minimal 100 sampel.¹⁰⁴ Menurut Ghozali dalam metode SEM besarnya sampel adalah antara 100-200.¹⁰⁵ Menurut Solimun pedoman penentuan besarnya (ukuran sampel) untuk SEM adalah sebagai berikut:¹⁰⁶

1. Bila pendugaan parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum (*maximum likelihood estimation*) besar sampel yang disarankan antara 100 hingga 200, dengan minimum sampel adalah 50.
2. Sebanyak 5–10 kali jumlah parameter yang ada di dalam model.
3. Sama dengan 5–10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel laten.

Indikator dalam penelitian ini sebanyak 40 indikator, merujuk pada poin ketiga maka ukuran sampel minimal 7 x 40 atau sebesar 280 sampel, sehingga sampel penelitian ini berjumlah minimal 280 nasabah Bank

¹⁰³ *Ibid.*, hlm 192.

¹⁰⁴ Augusty Ferdinand, *Structural Equation Modeling* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hal. 80.

¹⁰⁵ Imam Ghozali dan Fuad, *Structural Equation Modeling : Teori, Konsep & Aplikasi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hal. 64.

¹⁰⁶ Solimun, *Multivariate Analysis Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos: Aplikasi Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Psikologi Sosial, Kedokteran, dan Agrokompleks* (Malang: UM Press, 2002), hal. 78.

Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya yang terdiri dari BSI KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya, BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung, BSI KCP Tasikmalaya Hz Mustofa, dan BSI KCP Tasikmalaya Universitas Siliwangi sebagai responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*, yaitu pengambilan sampel di mana tiap unsur yang membentuk populasi diberi kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.¹⁰⁷

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, cara mengumpulkan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penyediaan kumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapatkan respons atau pendapat dari mereka.¹⁰⁸ Pada penelitian ini penulis melakukan dua kali pengumpulan data yaitu pertama untuk keperluan penulis dalam melakukan observasi awal dan yang kedua adalah untuk mengumpulkan data penelitian berdasarkan instrumen yang telah disusun. Penulis menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada para nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya yang terdiri dari BSI KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya, BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung, BSI KCP Tasikmalaya Hz Mustofa, dan BSI KCP Tasikmalaya Universitas Siliwangi yang masih aktif pada waktu penulis melakukan penelitian dengan syarat sudah menjadi nasabah minimal selama

¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 122.

¹⁰⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 199.

satu tahun untuk menguji hubungan pelanggan dan nilai pelanggan dalam mempengaruhi retensi pelanggan melalui kepuasan.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian mengacu pada suatu perangkat yang digunakan untuk mengukur fenomena, baik yang terkait dengan alam maupun aspek sosial yang sedang diamati.¹⁰⁹ Instrumen penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu kuesioner dengan menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan tipe skala yang digunakan untuk menilai respons yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan yang terkait dengan indikator suatu konsep atau variabel yang tengah diuji. Penggunaan Skala *Likert* dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sudut pandang, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok individu terhadap fenomena atau peristiwa sosial.¹¹⁰

Kuesioner diberikan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya, dirancang dalam format angket dengan lima pilihan opsi yang telah disediakan. Penggunaan teknik penilaian keseluruhan dalam kuesioner ini mengikuti pendekatan *self report*, di mana responden diminta untuk menilai berdasarkan pandangan atau persepsi pribadi mereka. Dalam memudahkan penyusunan instrumen, penulis telah menyusun matrik pengembangan instrumen penelitian atau kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut:

¹⁰⁹ Zulganef, *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen* (Bandung: PT Rafika Aditama, 2018), hal. 148.

¹¹⁰ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertasi Contoh Skripsi Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal 143.

Tabel 3.5
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

| VARIABEL | SUB VARIABEL | INDIKATOR | NO. ITEM | NOTASI |
|-------------------------|---------------------------|---|------------|----------------|
| Hubungan Pelanggan (X1) | Pegawai (<i>People</i>) | 1. Pegawai Bank Syariah Indonesia terampil dalam bekerja. | 1 | H1 |
| | | 2. Pegawai Bank Syariah Indonesia mampu atau cakap dalam bekerja. | 2 | H2 |
| | | 3. Pegawai Bank Syariah Indonesia mampu menjaga hubungan baik dengan nasabah. | 3 | H3 |
| | | 4. Pegawai Bank Syariah Indonesia bekerja sesuai dengan tugasnya. | 4 | H4 |
| | Proses (<i>Process</i>) | 5. Pegawai Bank Syariah Indonesia melakukan penerimaan nasabah dengan baik. | 5 | H5 |
| | | 6. Nasabah mendapatkan pelayanan yang mudah saat konsultasi dengan pegawai Bank Syariah Indonesia. | 6, 7, 8, 9 | H6, H7, H8, H9 |
| | | 7. Nasabah mendapatkan ruang tunggu yang nyaman saat menunggu antrian di Bank Syariah Indonesia. | 10 | H10 |
| | | 8. Nasabah mendapatkan fasilitas minuman dan tidak menunggu lama saat sudah memasuki bagiannya untuk mendapatkan layanan dari pegawai Bank Syariah Indonesia. | 11 | H11 |

| | | | | |
|-------------------------|------------------------------------|---|----|-----|
| | Teknologi (<i>Technology</i>) | 9. Layanan <i>Mobile Banking</i> atau <i>Internet Banking</i> , <i>website</i> , dan media sosial Bank Syariah Indonesia memudahkan nasabah mendapatkan informasi tentang Bank Syariah Indonesia. | 12 | H12 |
| | | 10. Bank Syariah Indonesia menyediakan layanan secara <i>online</i> . | 13 | H13 |
| | | 11. Bank Syariah Indonesia selalu aktif dalam mengelola <i>website</i> , media sosial, maupun internet dan <i>mobile banking</i> untuk <i>update</i> mengenai perubahan kebijakan perusahaan. | 14 | H14 |
| Nilai Pelanggan (X2) | <i>Emotional Value</i> | 12. Nasabah merasa bangga menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. | 15 | N1 |
| | | 13. Nasabah merasa senang menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. | 16 | N2 |
| | <i>Social Value</i> | 14. Nasabah dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup dengan menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. | 17 | N3 |
| | | 15. Nasabah dapat memenuhi kebutuhan sosial dengan menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. | 18 | N4 |
| | <i>Price/Value of Money</i> | 16. Nasabah mendapatkan kualitas sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. | 19 | N5 |

| | | | | | |
|-----------------------|----------------------------------|---|---|--------|----|
| | | 17. Nasabah mendapatkan manfaat sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. | 20 | N6 | |
| | <i>Quality/Performance Value</i> | 18. Kinerja Bank Syariah Indonesia sesuai dengan harapan nasabah. | 21, 22 | N7, N8 | |
| Retensi Pelanggan (Y) | <i>Cognitive Loyalty Stage</i> | 19. Nasabah mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia dari mulai harga, kualitas, dan lain sebagainya. | 23, 24 | R1, R2 | |
| | <i>Affective Loyalty Stage</i> | 20. Nasabah memiliki kesadaran merek yang kuat dengan ciri merek sudah dikenal. | 25 | R3 | |
| | | 21. Kesesuaian atribut merek dan layanan dengan harapan nasabah. | 26 | R4 | |
| | <i>Conative Loyalty Stage</i> | 22. Nasabah memiliki komitmen terhadap produk Bank Syariah Indonesia yang mengarahkan nasabah untuk menggunakan kembali. | 27, 28 | R5, R6 | |
| | <i>Action Loyalty Stage</i> | 23. Nasabah memiliki preferensi dalam menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. | 29 | R7 | |
| | | 24. Nasabah melakukan promosi produk Bank Syariah Indonesia dari mulut ke mulut. | 30, 31 | R8, R9 | |
| | Kepuasan (Z) | Kualitas Produk | 25. Produk Bank Syariah Indonesia berkualitas sesuai harapan nasabah. | 32 | K1 |
| | | Kualitas Pelayanan | 26. Pelayanan Bank Syariah Indonesia baik. | 33 | K2 |

| | | | | |
|--|---------------------|--|------------|------------|
| | | 27. Tingkat kecepatan pelayanan Bank Syariah Indonesia baik. | 34 | K3 |
| | Emosional | 28. Nasabah percaya terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia. | 35, 36, 37 | K4, K5, K6 |
| | Harga | 29. Produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia terjangkau. | 38 | K7 |
| | Biaya dan Kemudahan | 30. Nasabah merasa mudah untuk mendapatkan layanan dari Bank Syariah Indonesia. | 39, 40 | K8, K9 |

Keterangan:

H : Notasi Variabel Hubungan Pelanggan (X1)

N : Notasi Variabel Nilai Pelanggan (X2)

K : Notasi Variabel Kepuasan (Z)

R : Notasi Variabel Retensi Pelanggan (Y)

Setiap respons terkait dengan pernyataan atau ekspresi pandangan yang digambarkan melalui kata-kata berikut:¹¹¹

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Ragu-ragu (R) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Dalam konteks ini, penting untuk membedakan antara hasil penelitian yang memiliki validitas dan reliabilitas dengan instrumen yang juga memiliki

¹¹¹ Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal 16.

validitas dan reliabilitas untuk memastikan keandalan serta ketepatan. Oleh karena itu, dilakukan pengujian instrumen penelitian untuk menilai validitas dan reliabilitas.¹¹² Pada penelitian ini, uji instrumen dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 35 responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner menggunakan *software* SPSS Versi 26. Hasil uji instrumen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat valid atau sah nya pertanyaan suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dari kuesioner. Uji validitas pada penelitian digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner dengan skor total pada tingkat signifikansi 5%. Untuk menguji validitasnya, maka penulis membandingkan *pearson correlation* setiap butir soal dengan r_{tabel} produk *moment*. Ketika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan valid. Jika nilai $n = 35$ maka didapatkan nilai df sebesar $35 - 2 = 33$ dan $\alpha = 5\%$ kemudian dapat diketahui nilai r_{tabel} sebesar 0.3338. Selain itu, jika $r_i > 0.3338$ maka item pertanyaan kuesioner valid dan jika $r_i < 0.3338$ maka item pertanyaan kuesioner tidak valid.¹¹³ Hasil uji validitas instrumen pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

¹¹² *Ibid.*, hal 122

¹¹³ Ghozali, I., *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. (Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hal 51.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

| Variabel | r_{hitung} | r_{tabel} | Keputusan |
|--------------------------------|---------------------------|--------------------------|------------------|
| Hubungan Pelanggan (X1) | | | |
| H1 | 0.795 | 0.3338 | Valid |
| H2 | 0.734 | 0.3338 | Valid |
| H3 | 0.746 | 0.3338 | Valid |
| H4 | 0.805 | 0.3338 | Valid |
| H5 | 0.765 | 0.3338 | Valid |
| H6 | 0.865 | 0.3338 | Valid |
| H7 | 0.611 | 0.3338 | Valid |
| H8 | 0.813 | 0.3338 | Valid |
| H9 | 0.786 | 0.3338 | Valid |
| H10 | 0.778 | 0.3338 | Valid |
| H11 | 0.831 | 0.3338 | Valid |
| H12 | 0.686 | 0.3338 | Valid |
| H13 | 0.616 | 0.3338 | Valid |
| H14 | 0.746 | 0.3338 | Valid |
| Nilai Pelanggan (X2) | | | |
| N1 | 0.868 | 0.3338 | Valid |
| N2 | 0.791 | 0.3338 | Valid |
| N3 | 0.750 | 0.3338 | Valid |
| N4 | 0.804 | 0.3338 | Valid |
| N5 | 0.855 | 0.3338 | Valid |
| N6 | 0.800 | 0.3338 | Valid |
| N7 | 0.666 | 0.3338 | Valid |
| N8 | 0.655 | 0.3338 | Valid |
| Retensi Pelanggan (Y) | | | |
| R1 | 0.699 | 0.3338 | Valid |
| R2 | 0.797 | 0.3338 | Valid |
| R3 | 0.847 | 0.3338 | Valid |
| R4 | 0.771 | 0.3338 | Valid |
| R5 | 0.850 | 0.3338 | Valid |

| | | | |
|---------------------|-------|--------|-------|
| R6 | 0.766 | 0.3338 | Valid |
| R7 | 0.893 | 0.3338 | Valid |
| R8 | 0.702 | 0.3338 | Valid |
| R9 | 0.807 | 0.3338 | Valid |
| Kepuasan (Z) | | | |
| K1 | 0.775 | 0.3338 | Valid |
| K2 | 0.776 | 0.3338 | Valid |
| K3 | 0.775 | 0.3338 | Valid |
| K4 | 0.890 | 0.3338 | Valid |
| K5 | 0.831 | 0.3338 | Valid |
| K6 | 0.840 | 0.3338 | Valid |
| K7 | 0.861 | 0.3338 | Valid |
| K8 | 0.764 | 0.3338 | Valid |
| K9 | 0.826 | 0.3338 | Valid |

Sumber : Hasil *Output* SPSS Versi 26.

Keterangan:

H : Notasi Variabel Hubungan Pelanggan (X1)

N : Notasi Variabel Nilai Pelanggan (X2)

K : Notasi Variabel Kepuasan (Z)

R : Notasi Variabel Retensi Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji validitas koefisiensi korelasi butir pertanyaan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan di setiap variabel pada penelitian ini memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dikatakan instrumen penelitian valid dan dapat dilanjutkan pada uji realibilitas.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen penelitian yang digunakan reliabel atau tidak, dalam konteks ini kuesioner

dapat digunakan lebih dari satu kali atau paling tidak oleh responden yang sama. Perhitungan reliabilitas adalah perhitungan terhadap konsistensi data kuesioner dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Penggunaan rumus ini disesuaikan dengan teknik skoring yang dilakukan pada setiap item dalam instrumen. Nilai *correlated item-total correlation* dalam suatu indikator agar dinyatakan reliabel adalah minimal 0.70.¹¹⁴ Berikut merupakan hasil dari uji realibilitas instrumen dari masing-masing variabel pada penelitian ini:

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keputusan |
|-------------------------|-------------------------|-----------------|
| Hubungan Pelanggan (X1) | 0.939 | Reliabel |
| Nilai Pelanggan (X2) | 0.899 | Reliabel |
| Retensi Pelanggan (Y) | 0.922 | Reliabel |
| Kepuasan (Z) | 0.934 | Reliabel |

Sumber : Hasil *Output* SPSS Versi 26.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel > 0.70 . Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel pada penelitian ini reliabel.

F. Teknik Analisis Data

Proses analisis data adalah tahap setelah semua data dari berbagai responden atau sumber data lainnya telah terkumpul.¹¹⁵ Teknik analisis data

¹¹⁴ Ghozali, I., *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. (Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hal 45.

¹¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2006), hal 169.

pada penelitian ini melibatkan langkah-langkah berikut:

1. Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM)

Pendekatan pengolahan data yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu melalui penerapan teknik pemodelan *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM adalah metode statistik multivariat yang dipergunakan untuk menyusun model hubungan (sebab-akibat) antara variabel dengan cara yang komprehensif, canggih, dan dalam bentuk sistem.¹¹⁶

a. PLS (*Partial Least Square*)

Metode *Partial Least Square* (PLS) adalah suatu pendekatan analisis yang sangat efektif karena tidak bergantung pada banyak asumsi atau persyaratan tertentu, seperti uji multikolinearitas dan uji normalitas. Keunggulan yang dimiliki oleh metode PLS ini meliputi kemampuan untuk mengolah data yang tidak perlu memiliki distribusi multivariat yang normal, serta kemampuan untuk menggunakan indikator dengan berbagai jenis skala data, baik itu kategori, ordinal, interval, atau rasio. Keunggulan lainnya adalah bahwa metode ini tidak memerlukan sampel yang besar.¹¹⁷

Dalam penelitian ini, metode yang diterapkan yaitu SEM-PLS yang juga dikenal sebagai metode *orientation-prediction*. Pendekatan SEM-PLS secara khusus digunakan untuk melakukan prediksi variabel dependen dengan melibatkan sejumlah variabel independen.

¹¹⁶ Syahrir Danial, Eni Yulinda, dan Muhammad Yusuf, *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), hal 48.

¹¹⁷ *Ibid*, hal 52.

b. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi terhadap model pengukuran yang sering disebut sebagai *outer model* merupakan proses pengevaluasian hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel tersembunyinya (*latent*). Evaluasi model pengukuran ini melibatkan pengujian validitas dan reliabilitas sebagai pendekatan penilaiannya.¹¹⁸

1) Uji Reliabilitas Indikator

Pengujian reliabilitas indikator digunakan untuk menentukan apakah indikator yang mengukur variabel tersembunyi dapat diandalkan atau tidak. Hal ini dicapai dengan mengevaluasi nilai *outer loading* dari masing-masing indikator. Keberhasilan dicapai ketika nilai *outer loading* melebihi 0,7 yang memperlihatkan bahwa konstruk tersebut dapat menjelaskan lebih dari setengah variasi indikatornya.

2) Uji *Internal Consistency Reliability*

Uji *internal consistency reliability* digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana indikator dapat efektif mengukur konstruk yang tersembunyi. Uji *internal consistency reliability* menggunakan nilai *composite reliability* dan *Cronbach alpha*. Dalam konteks *composite reliability*, nilai antara 0,6 hingga 0,7 dianggap mempunyai tingkat reliabilitas yang baik. Sementara untuk *cronbach's alpha*, angka yang diharapkan adalah lebih dari

¹¹⁸ *Ibid*, hal 75.

0,7.

3) Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen bergantung pada asas bahwa pengukuran dari suatu konstruk seharusnya memiliki korelasi yang kuat. Validitas konvergen dari sebuah konsep dengan indikator reflektif diukur dengan menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE). Standar yang diharapkan untuk nilai AVE adalah setidaknya 0,5 atau lebih.

4) Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dilakukan untuk menilai apakah sebuah indikator reflektif merupakan metode pengukuran yang efektif untuk konstruknya dengan mempertimbangkan bahwa setiap indikator seharusnya memiliki korelasi yang kuat dengan konstruknya. Selain itu, pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya tidak mempunyai korelasi yang tinggi satu sama lain. Pengujian validitas diskriminan dilaksanakan dengan memanfaatkan penilaian berdasarkan nilai *cross loading*, *Farnell-Larcker Criterion*, serta *Heterotrait-Monotrait* (HTMT).

- a) Penilaian *cross loading* dilaksanakan pada setiap konstruk dengan tujuan memverifikasi bahwa korelasi antara konstruk dan item pengukuran memiliki tingkat signifikansi yang lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya. Harapannya, nilai *cross*

loading akan melebihi 0,7.

- b) Kriteria Farnell-Larcker adalah suatu pendekatan lain yang digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan. Ini adalah pendekatan yang sudah lama digunakan selama lebih dari tiga dekade. Metode ini membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) dari masing-masing konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk- konstruk lain dalam model. Jika akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk-konstruk lain dalam model, maka model tersebut dianggap memiliki validitas diskriminan yang kuat.

c. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Penilaian terhadap model struktural yang juga dikenal sebagai *inner model* melibatkan pengevaluasian keberadaan kolinearitas antara konstruk serta kemampuan prediksi model. Untuk mengukur kemampuan prediksi model, digunakan kriteria sebagai berikut:¹¹⁹

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel eksogen. Nilai R^2 berada dalam rentang antara 0 hingga 1. Sebagai contoh, $R^2 = 0,75$ menunjukkan model yang kuat, $R^2 =$

¹¹⁹ *Ibid.*, hal 76-77.

0,50 mengindikasikan model yang moderat, dan $R^2 = 0,25$ menandakan model yang lemah.

2) *Effect Size* (f^2)

Effect size (f^2) digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan yang signifikan antar variabel. Penulis juga sebaiknya menilai sejauh mana dampak antar variabel dengan menggunakan *effect size* (*f-square*). Nilai $f^2 = 0,02$ (kecil), $f^2 = 0,15$ (sedang), dan $f^2 = 0,35$ (besar) sementara nilai $f^2 < 0,02$ dianggap tidak ada efek yang signifikan.

3) *Path Coefficients* atau Koefisien Jalur

Path coefficients atau koefisien jalur digunakan untuk mengamati tingkat signifikansi dan kekuatan relasi antar variabel serta untuk menguji hipotesis. Rentang nilai koefisien jalur berkisar antara -1 hingga +1. Ketika nilai mendekati +1, maka hal itu memperlihatkan relasi yang semakin kuat antar variabel. Sebaliknya, nilai yang mendekati -1 mengindikasikan bahwa relasi tersebut lemah.

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik *resampling bootstrapping*, melibatkan langkah-langkah *bootstrapping* yang menghasilkan nilai t-statistik untuk masing-masing hubungan yang diuji dalam pengujian hipotesis.

a. Hipotesis 1 - 5

Untuk menentukan apakah hipotesis 1 hingga hipotesis 5 diterima atau ditolak, dapat dilakukan evaluasi berdasarkan kriteria berikut.¹²⁰

- a) Jika nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-tabel ($t\text{-statistik} < t\text{-tabel}$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b) Jika nilai t-statistik lebih besar atau sama dengan t-tabel ($t\text{-statistik} \geq t\text{-tabel}$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Hipotesis 6 - 7

Untuk menentukan apakah hipotesis 6 hingga hipotesis 7 diterima atau ditolak, dapat dilihat melalui kriteria apabila diperoleh $p\text{-value} \leq 0,05$ (alpha 5%) maka dapat dikatakan signifikan.

G. Tempat dan Jadwal Penelitian**1. Tempat Penelitian**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya yang terdiri dari BSI KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya, BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung, BSI KCP Tasikmalaya Hz Mustofa, dan BSI KCP Tasikmalaya Universitas Siliwangi yang masih aktif pada saat penulis melakukan penelitian.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun akademik 2023/2024 yaitu dimulai dari minggu kedua bulan September tahun 2023 sampai dengan

¹²⁰ *Ibid.*, hal 78.

alokasi waktu sebagai berikut:

Tabel 3.8
Alokasi Waktu Penelitian

| No | Jadwal Kegiatan | Periode | | | | | | |
|----|----------------------------------|---------|------|------|------|------|------|------|
| | | Sep | Okt | Nov | Des | Jan | Feb | Mar |
| | | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 | 2024 | 2024 | 2024 |
| 1 | Penyusunan Usulan Penelitian | | | | | | | |
| 2 | Seminar Usulan Penelitian | | | | | | | |
| 3 | Penyusunan Instrumen Penelitian | | | | | | | |
| 4 | Pengumpulan Data | | | | | | | |
| 5 | Pengolahan dan Analisis Data | | | | | | | |
| 6 | Penyusunan Hasil Penelitian | | | | | | | |
| 7 | Seminar Hasil Penelitian | | | | | | | |
| 8 | Penyusunan Laporan Akhir/Skripsi | | | | | | | |
| 9 | Sidang Skripsi | | | | | | | |