

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *Customer Relationship Management* dan Loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Unsil Tasikmalaya.

3.1.1 Sejarah Singkat PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Pada awalnya didirikan di Indonesia sebagai Bank Sentral dengan nama “Bank Negara Indonesia” berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No.2 tahun 1946 tanggal 5 juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946” dan statusnya menjadi bank umum milik negara. Selanjutnya, peran BNI sebagai bank yang diberi mandat untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional dilakukan oleh UU No.17 tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 1946. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 1992, tanggal 29 April 1992, telah dilakukan penyesuaian bentuk hukum BNI menjadi Perusahaan Perseroan Terbatas (Persero). Penyesuaian bentuk hukum menjadi Persero, dinyatakan dalam Akta No. 131, tanggal 31 Juli 1992, dibuat di hadapan Muhani Salim, S.H., yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 73 tanggal 11 September 1992 Tambahan No. 1A.

BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain rekapitalisasi oleh pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010. Untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang No.40 tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang perseroan terbatas, anggaran dasar BNI telah dilakukan penyesuaian. Penyesuaian tersebut dinyatakan dalam akta no.46 tanggal 13 juni 2008 yang dibuat di hadapan Fatimah Helmi, S.H., notaris di Jakarta, bersasarkan keputusan rapat umum pemegang saham luar biasa tanggal 28 Mei 2008 dan telah mendapatkan persetujuan dari menteri hukum dan hak asasi manusia republik Indonesia, dengan keputusan No. AHU-AH.01.02-50609 tanggal 12 agustus 2008 dan telah diumumkan dalam berita negara republik Indonesia No.103 tanggal 23 desember 2008 Tambahan No.29015.

Perubahan terakhir Anggaran Dasar BNI dilakukan antara lain tentang penyusunan kembali seluruh Anggaran Dasar sesuai dengan Akta No. 35 tanggal 17 Maret 2015 Notaris Fathiah Helmi, S.H. telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan surat keputusan No. AHU-AH.01.03-0776526 tanggal 14 April 2015.

Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional

terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni Bank BNI Syariah, BNI *Multifinance*, BNI Sekuritas, BNI *Life Insurance*, BNI *Ventures* dan BNI *Remittance*.

BNI menawarkan layanan penyimpanan dan maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun.

3.1.2 Visi dan Misi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

Adapun Visi dan Misi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk adalah sebagai berikut:

Visi : Menjadi Lembaga Keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan.

Misi : Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh nasabah selaku mitra bisnis pilihan utama.

- a. Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan Mitra Bisnis Global.
- b. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi Investor.
- c. Menciptakan kondisi terbaik bagi Karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
- d. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan Masyarakat.

- e. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri.

3.1.3 Statement Budaya Perusahaan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

Budaya Kerja BNI "PRINSIP 46" merupakan tuntunan perilaku insan BNI, terdiri dari :

Empat Nilai Budaya Kerja BNI:

1. Profesionalisme.
2. Integritas.
3. Orientasi pelanggan.
4. Perbaikan tiada henti.

Enam Nilai Perilaku Utama Insan BNI:

1. Meningkatkan kompetensi dan memberikan hasil terbaik.
2. Jujur, tulus, dan ikhlas.
3. Disiplin, konsistensi, dan bertanggung jawab.
4. Memberikan layanan terbaik melalui kemitraan yang sinergis.

3.1.4 Logo dan Makna PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk



Gambar 3.1 Logo PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

Penjelasan dari makna logo PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

1) Filosofi Logo

Identitas baru BNI merupakan hasil desain ulang untuk menciptakan suatu identitas yang tampak lebih segar, lebih modern, dinamis, serta menggambarkan posisi dan arah organisasi yang baru. Identitas tersebut merupakan ekspresi brand yang tersusun dari symbol “46” dan kata “BNI” yang selanjutnya dikombinasi dalam satu bentuk logo baru BNI.

2) Huruf BNI

Huruf BNI dibuat dalam warna turquoise baru, untuk mencerminkan kekuatan, otoritas, kekokohan, keunikan, dan citra yang lebih modern. Huruf tersebut dibuat secara khusus untuk menghasilkan struktur yang orisinal dan unik.

3) Simbol 46

Angka 46 merupakan simbolisasi tahun kelahiran BNI, sekaligus mencerminkan warisan sebagai bank pertama di Indonesia. Dalam logo ini, angka “46” diletakkan secara diagonal menembus kotak berwarna jingga untuk menggambarkan BNI baru yang modern.

4) Palet Warna

Palet warna korporat yang telah di desain ulang, namun tetap mempertahankan warna korporat yang lama, yakni turquoise dan jingga. Warna turquoise yang digunakan pada logo baru ini lebih gelap, kuat mencerminkan citra yang lebih stabil dan kokoh. Warna jingga yang baru lebih cerah dan kuat, mencerminkan citra lebih percaya diri dan segar.

3.1.5 Produk PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

Produk dan layanan yang disediakan di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk terdiri dari Produk Penghimpun Dana, Produk Pembiayaan dan Produk Asuransi yang dapat digunakan oleh nasabah. Adapun penjelasan dari ketiga produk tersebut bisa kita lihat, yaitu:

1) produk Penghimpun Dana

a) BNI Taplus

Produk tabungan BNI yang memberi nilai tambah kepada nasabahnya berupa suku bunga yang progresif dengan tingkat bunga yang menarik, keikutsertaan dalam program undian dan dapat memilih jenis Kartu Debit (*Silver, Gold dan Platinum*).

b) BNI Taplus Bisnis

BNI Taplus Bisnis merupakan jenis tabungan yang diperuntukkan bagi pelaku usaha dengan beberapa fitur kemudahan dan fasilitas untuk menunjang kemudahan dalam berbisnis.

c) BNI Taplus Anak

BNI Taplus Anak adalah tabungan yang diperuntukkan bagi anak usia 0 sampai dengan 17 tahun. Manfaat yang ada pada produk ini yaitu bebas biaya pengelolaan rekening.

d) BNI Taplus Muda

BNI Taplus Muda merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi anak muda Indonesia mulai dari usia 17 tahun sampai dengan 35 tahun. Beberapa fasilitas yang ada pada produk ini meliputi fasilitas *e-banking*,

BNI CDM, BNI *Cashless*, layanan notifikasi via SMS dan juga bisa melakukan pembukaan rekening tabungan ini dengan fitur *face recognition*.

e) BNI Giro

BNI Giro merupakan sarana transaksi keuangan yang bisa digunakan untuk usaha maupun untuk keperluan keluarga karena mempunyai begitu banyak fasilitas yang menguntungkan.

f) BNI Dollar

Produk ini digunakan untuk nasabah yang ingin investasi dengan menyimpan mata uang asing untuk mendapatkan suku bunga valas.

g) BNI Tappa

BNI Tappa merupakan produk tabungan BNI yang diperuntukan untuk pegawai suatu perusahaan yang menjalin kerja sama dengan BNI sebagai salah satu sarana tabungan kartu identitas anggotanya.

h) BNI Haji

Produk tabungan BNI Haji yaitu tabungan meringankan persiapan dana untuk Ibadah Haji.

i) BNI Pandai

Tabungan BNI Pandai adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan oleh BNI yang memiliki karakteristik *basic saving account* (BSA) dan dapat dibuka melalui Kantor Cabang BNI maupun melalui Agen.

j) BNI Simpanan Pelajar

Tabungan untuk siswa PAUD, TK, SD, SMP, dan SMA sederajat yang diterbitkan secara nasional di seluruh Indonesia.

k) Tabunganku

Tabunganku adalah produk simpanan BNI dengan persyaratan mudah dan ringan setoran awal minimal Rp 20.000.

2) Produk Pembiayaan

a) BNI Griya

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang dapat digunakan untuk tujuan pembelian, pembangunan, *Top Up*, *Refinancing*, atau *Take Over* properti yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar Kembali masing-masing pemohon.

b) BNI Griya Multiguna

Kredit yang diberikan kepada anggota masyarakat dengan agunan berupa *property* siap huni dengan kepemilikan agunan atas nama pemohon atau pasangan pemohon (suami/istri) sepanjang tidak ada perjanjian pisah harta

c) BNI Fleksi

Fasilitas Kredit Tanpa Agunan (KTA) yang diberikan kepada pegawai aktif yang mempunyai penghasilan tetap yang pembayaran gajinya disalurkan melalui BNI.

d) BNI Instan

Kredit yang dijamin dengan Simpanan dalam bentuk Deposito/Giro/Tabungan yang diterbitkan BNI atau yang dijamin dengan ORI yang

dibeli nasabah di BNI/bank lain/perusahaan sekuritas sebagai agen penjual dan disimpan di Sub *Registry* sesuai ketentuan yang diatur terkait dengan simpanan yang digunakan oleh nasabah dengan bentuk deposito, giro ataupun tabungan.

e) BNI Fleksi Pensiun

Fasilitas kredit lunak yang diberikan kepada calon pension dan pensiunan yang mempunyai penghasilan tetap, untuk keperluan konsumtif sepanjang tidak melanggar ketentuan internal dan eksternal yang berlaku.

3) Produk Asuransi

a) *Blife* Perisai Prima

Blife Perisai Prima merupakan produk yang memberikan proteksi terhadap risiko kematian dan pengganti biaya perawatan di Rumah Sakit akibat kecelakaan.

b) *Blife Term Pro*

Blife Term Pro memberikan perlindungan untuk menjamin kelanjutan pendapatan Tertanggung meninggal dunia.

c) Solusi Pintar

Program Asuransi Jiwa yang dibuat oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Memberikan perlindungan seumur hidup atau sampai dengan usia 90 tahun dengan masa pembayaran premi terbatas.

d) Maksima Sehat

4) Kartu Kredit BNI

persembahkan Kartu Kredit untuk beragam kegunaan yang dapat memberikan anda kenyamanan lebih saat bertransaksi di seluruh dunia sebagai wujud apresiasi kami atas kesuksesan anda.

5) Kartu Debit Kartu Debit BNI

Kartu Debit GPN merupakan kartu yang digunakan sebagai fasilitas transaksi tunai dan non tunai bagi pemilik rekening Taplus dan Taplus Bisnis yang dapat digunakan diseluruh jaringan mesin ATM manapun diseluruh Indonesia.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti dan tujuan yang ditentukan sebelumnya, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori (*explanatory research*).

Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2019: 13) adalah:

“suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan yang akan digunakan untuk meneliti pada populasi serta sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrume penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik”.

Penelitian ini dapat digolongkan dalam jenis penelitian *Explanatory Research*. Menurut Sugiyono (2019: 6) adalah:

“*explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh variabel satu dengan variabel lainnya”.

Alasan utama peneliti menggunakan metode penelitian *explanatory research* yaitu untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen yang ada. Penelitian ini akan menguji pengaruh hubungan antar variabel. Pada penelitian ini terdapat 2 variabel yang akan diteliti, yaitu variabel independen terdiri dari *Customer Relationship Management* sebagai variabel independen (X) dan loyalitas nasabah (Y) sebagai variabel dependen.

Berdasarkan teori tersebut metode ini digunakan untuk menguji suatu hubungan antar variabel atau mengetahui apakah suatu variabel berasosiasi atau tidak dengan variabel lainnya, atau untuk mengetahui apakah suatu variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya. Desain eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasi atau juga menjelaskan hubungan, perbedaan ataupun pengaruh suatu variabel dengan hipotesis penelitian dan desain eksplanasi sendiri juga dapat digunakan untuk mengembangkan dan menyempurnakan teori bahkan juga dapat digunakan untuk melemahkan atau menggugurkan teori.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan peneliti untuk mengukur *construck* menjadi variabel penelitian yang

dapat dituju. Menurut Sugiyono (2019: 32) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang asing, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian diatas maka indikator variabel penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Customer Relationship Management (CRM) (X)</i> Stone (2019: 121)	1) People	- Profesionalisme. - Pelayanan personal. - <i>Relationship orientation</i> ,	Ordinal
	2) Proses	- <i>Sales Process</i> . - <i>After sales process</i> .	
	3) Teknologi	- Teknologi informasi - Penggunaan sistem informasi.	
Loyalitas Nasabah (Y) Kotler dan Keller (2016: 57)	1) <i>Word of mouth</i>	- Merekomendasikan kepada orang lain.	Ordinal
	2) <i>Retention</i>	- Menunjukkan ketahanan atau kekebalan terhadap produk dan jasa pesaing.	
	3) <i>Repeat purchase</i>	- Melakukan kegiatan transaksi atau pembelian produk secara berulang. - Membeli antar lini produk dan jasa.	

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2024

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Studi Kepustakaan

Penulis menelaah dan mempelajari buku dan jurnal yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Dengan studi pustaka ini penulis dapat memperoleh teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini yang kemudian dapat digunakan sebagai bahan dasar pemikiran dalam penyusunan tugas akhir ini.

2) Studi Lapangan

a) *Participant Observer*

Menurut Hardani (2020: 129) Observasi Partisipasi (*Participant Observation*) ialah jika observer terlibat langsung secara aktif dalam objek yang di teliti atau ikut ambil bagian dalam kehidupan orang yang diobservasi. Teknik ini digunakan peneliti untuk mengumpulkan data nasabah yang sesuai dengan kriteria responden. Nasabah yang menjadi responden harus sesuai dengan kriteria yang ditetapkan peneliti.

b) Kuesioner

Menurut Fauzy (2022: 80) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat

berupa pernyataan-pernyataan tertutup atau terbuka dan dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang mudah karena peneliti dapat berhubungan langsung dengan responden dan memberikan penjelasan mengenai pernyataan-pernyataan dan kuesioner dapat langsung dikumpulkan setelah selesai dijawab oleh responden. Pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian ini yaitu mengenai Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Nasabah Nasabah (Survei pada Nasabah Tabungan Taplus di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Unsil Tasikmalaya), Peneliti menyusun daftar pernyataan dan mengajukan kepada responden untuk dijawab, peneliti dalam melakukan penyebaran kuesioner terlebih dahulu membuat pernyataan-pernyataan sesuai dengan teori dari CRM dan loyalitas nasabah.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan pengukuran, sehingga apabila alat ukur tersebut dapat menghasilkan data kuantitatif Sugiyono (2017: 91). Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala ordinal, menurut Sugiyono (2017: 7) skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* yang diukur. Berdasarkan penejelasan di atas, maka skala ordinal digunakan untuk memberikan informasi berupa suatu nilai pada jawaban. Untuk menentukan nilai jawaban yang diberikan responden peneliti menggunakan skala Likert untuk mengetahui nilai untuk setiap jawaban yang diberikan.

Skala Likert menurut Sugiyono (2017: 168) adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang maupun kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan. Dalam penelitian ini, digunakan jenis instrumen dengan menggunakan angket atau kuesioner dengan pemberian skor dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017: 168)

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Reserch*), yaitu jenis penelitian yang mempelajari fenomena atau peristiwa yang terjadi dalam lingkungan yang alamiah. Sehingga penelitian ini juga bisa disebut penelitian kasus/studi kasus (*case study*). Penelitian ini menggali data yang bersumber dari lokasi penelitian yaitu di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Unsil Tasikmalaya. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka yang diperoleh dari objek yang akan diteliti.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Data primer

Menurut Sugiyono (2017: 193) data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber pertama. Dalam penelitian ini, sumber data primer berupa hasil dari penyebaran kuesioner kepada responden. Sumber data primer adalah objek penelitian yaitu responden. Dengan cara menyebarkan kuesioner mengenai *customer relationship management* (CRM), dan loyalitas nasabah.

2) Data sekunder

Menurut Sugiyono (2017: 193) data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari pihak lain dan bukan diusahakan sendiri. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu bukti-bukti tulisan (dokumentasi), jurnal, artikel, internet, dan studi pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2017: 130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah Tabungan BNI Taplus di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor cabang pembantu Unsil Tasikmalaya yang berjumlah 400 nasabah data Januari-Desember 2023 (Sumber: pimpinan cabang).

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel. Jika jumlah populasi besar, maka tentunya peneliti akan sulit menggunakan semua yang ada pada populasi. Misal karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga peneliti dapat menggunakan sebagian dari populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2017: 125) Teknik pengambilan sampel dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *Probability Sampling* dan *non Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk menjadi sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2017: 138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Berikut kriteria nasabah yang menjadi responden dalam penelitian:

- a) Nasabah PT BNI KCP Unsil Tasikmalaya yang memiliki Tabungan Taplus.
- b) Berusia minimal 20 tahun dan sudah bekerja.

- c) Pendidikan terakhir responden yaitu minimal menempuh pendidikan SMA/SMK.
- d) Lama responden menjadi nasabah bank BNI KCP Unsil Tasikmalaya yaitu kurang lebih selama 2 tahun.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan bantuan rumus untuk menghitung berapa jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus yang didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (10%)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus solvin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$N = 400$ nasabah

$e = 10\% / (0,1)$

$$n = \frac{400}{1 + 400(0,1)^2}$$

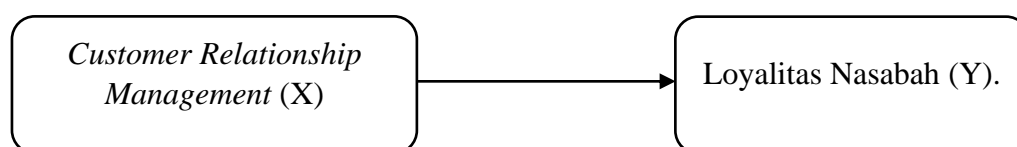
$$n = \frac{400}{1+400(0,01)}$$

$$= 80$$

Berdasarkan perhitungan di atas dengan jumlah populasi 400 orang nasabah Tabungan Taplus di bank BNI KCP Unsil Tasikmalaya, maka ukuran sampel yang didapat dibulatkan menjadi 80 orang nasabah.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian adalah cara yang digunakan untuk melaksanakan penelitian atau (*research*) yaitu usaha untuk menemukan, mengembangkan, mengetahui kebenaran suatu pengetahuan yang dilakukan dengan model-model ilmiah. Untuk menghasilkan penelitian yang ilmiah dan memiliki kualifikasi serta kriteria yang ada dalam proposal tugas akhir ini, maka penulis menggunakan penelitian kuantitatif eksplanasi (*explanatory research*), dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Nasabah (Survei pada Nasabah Taplus di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Unsil Tasikmalaya. Berikut gambaran penelitian yang akan dilakukan :



Gambar 3.2 Model Penelitian

Pada penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu, satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*, maka dalam hal ini dapat dibuat variabel sebagai berikut:

- 1) Variabel bebas (*independent*) untuk mengukur variabel *customer relationship management* (X).
- 2) Variabel terikat (*dependent*) untuk mengukur variabel loyalitas nasabah (Y).

3.2.5 Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 121) Uji Validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti Sugiyono (2017: 135). Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS yang lebih praktis. Dimana variabel dikatakan valid pada taraf signifikan 0,005 artinya suatu variabel dianggap valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka bila hasil uji nilai instrumen lebih besar dari r_{tabel} maka instrumen yang diujikan dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel nilai jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur sehingga alat ukur yang digunakan

dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula Siregar (2014: 70). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS dengan metode *Alpha Cronbach*.

Menurut Triton, ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 s.d 0,20 artinya kurang reliabel
- b) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 s.d 0,40 artinya agak reliabel
- c) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 s.d 0,60 artinya cukup reliabel
- d) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 s.d 0,80 artinya reliabel
- e) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 s.d 1,00 artinya sangat reliabel

2. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang akan dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan yaitu jenis kelamin, usia responden minimal 20 tahun, pendidikan terakhir responden minimal SMK/SMA/MA dan Lama responden menjadi nasabah bank BNI KCP Unsil Tasikmalaya yaitu kurang lebih selama 2 tahun

Maka rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Range} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Range skor}}$$

$$Range = \frac{400 - 80}{5}$$

$$Range = 64$$

Keterangan:

Nilai tertinggi setiap indikator *customer relationship management* $80 \times 5 = 400$

Nilai terendah setiap indikator *customer relationship management* $80 \times 1 = 80$

Jumlah kriteria pernyataan = 5

Jadi range skala yang didapat adalah:

Tabel 3. 3 Rentang skala

Range	Kategori
80 – 143	Sangat Tidak Setuju
144 – 207	Tidak Setuju
208 – 271	Netral
272 – 335	Setuju
336 - 399	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah penulis 2024

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah, Analisis regresi linier adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) yaitu *customer relationship management* terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) yaitu loyalitas nasabah.

Menurut Sugiyono (2017: 260) analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara suatu variabel

independent dengan suatu variabel *dependent*. Regresi Linear Sederhana atau sering disingkat dengan SLR (*Simple Linear Regression*) juga merupakan satu diantara metode statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun kuantitas

Sebelum dilakukan analisis ini data perlu diubah dari ordinal menjadi data interval melalui MSI (*Method of Succesive*). Analisis *Method of Succesive Interval* (MSI) digunakan untuk menggubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Berikut langkah – langkah yang dilakukan dalam *Method of Succesive Interval* (MSI) sebagai berikut:

- a) Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar
- b) Pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1, 2, 3, 4, 5 dan dinyatakan dalam frekuensi
- c) Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi
- d) Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor
- e) Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh
- f) Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)
- g) Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus :

$$sv = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

a. Persamaan Regresi

Secara umum persamaan regresi sederhana menurut Sugiyono (2019) dirumuskan sebagai berikut:

$$y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (*Dependent* variabel)

X = variabel bebas/ *predictor*

a = Nilai konstanta, yaitu nilai Y jika X=0

b = Koefisien regresi

b. Koefisien Korelasi

Untuk menunjukkan besarnya keeratan hubungan antara dua variabel acak yang masing-masing memiliki skala pengukuran minimal interval dan berdistribusi bivariat, digunakan koefisien korelasi yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat variabel x

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat variabel y

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga $+1$ ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut:

- a) Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y . Jika $r = +1$ atau mendekati 1 , maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
- b) Tanda negatif adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau mendekati -1 , menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.
- c) Jika $r = 0$ atau mendekati 0 , maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel yang diteliti dan diuji.

Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi

Intervaal Koefisien	Interpretasi
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2017

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y maka digunakanlah koefisien determinasi (KD) yang merupakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Jika nilai koefisien determinasi semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependennya. Jika nilai R^2 semakin mendekati 100% maka semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dari perhitungan dengan *Microsoft/SPSS* atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

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

Keterangan:

Kd = Koefisien

r^2 = Kuadrat koefisien

d. Uji Hipotesis

Menurut Arifin (2017: 17) uji hipotesis dilakukan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membantu dalam pengambilan keputusan tepat dalam suatu hipotesis yang diajukan. Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara CRM terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Unsil Tasikmalaya.

Ha: Terdapat pengaruh antara CRM terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Unsil Tasikmalaya.

Uji T statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Apabila tingkat signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat. Sebaliknya apabila tingkat signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti bahwa variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat secara individual.

Rumus yang digunakan untuk uji t menurut Sugiyono (2017: 250) seperti berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = distribusi t

r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data