

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan *cara ilmiah* untuk mendapatkan *data* dengan *tujuan* dan *kegunaan* tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu: *cara ilmiah*, *data*, *tujuan*, dan *kegunaan*. *Cara ilmiah* berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu *rasional*, *empiris*, dan *sistematis*. *Rasional* berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. *Empiris* berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan.¹

Dalam menyusun skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih dalam suatu penelitian.

Peneliti menggunakan metode tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh dari keempat variabel, yakni: Pelayanan (variabel X_1), Penanganan Keluhan (variabel X_2), Nilai Nasabah (variabel X_3), dan Loyalitas Nasabah (variabel Y). Metode ini dianggap sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 24.

B. Operasional Variabel

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.²

Adapun variabel dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut:³

1. Variabel *Independent* (Variabel Bebas)

Variabel *independent* sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁴

Variabel Independen dalam penelitian ini ada tiga variabel, yaitu Pelayanan, Penanganan Keluhan, dan Nilai Nasabah.

a. Pelayanan (x_1)

Pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting di dalam kegiatan usaha dibidang jasa perbankan. Karena pelayanan merupakan cerminan dari baik buruknya suatu lembaga atau perusahaan. Dengan pelayanan yang baik maka pelanggan/ nasabah akan merasa nyaman berada di lingkungan tersebut.⁵

² *Ibid.*, hlm. 95.

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*, hlm. 96

⁵ Tjipto Fandy & Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik....*, hal. 77

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam.⁶

Tabel 3.1
Operasional Variabel Pelayanan (X_1)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	<i>Reliabilitas</i> (kehandalan)	1. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. 2. Prosedur pelayanan administrasi yang jelas.	Interval
Pelayanan (X_1)	Daya Tanggap	1. Sikap tanggap pegawai. 2. Kemampuan pegawai memberikan informasi dan solusi yang mudah dimengerti nasabah.	Interval
	Jaminan	1. Kemampuan pegawai dalam melakukan komunikasi yang efektif. 2. Nasabah memiliki jaminan perasaan aman dalam melakukan transaksi. 3. Kemudahan nasabah dalam memperoleh informasi.	Interval

⁶ Putra Rizki Pratama dan Sri Herianingrum, 2014, *Pengaruh.....*, hlm. 624.

	Empati	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian yang diberikan oleh pegawai terhadap nasabah. 2. Kepedulian menindaklanjuti keluhan yang disampaikan nasabah. 	Interval
	Bukti Fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki letak kantor yang strategis. 2. Sarana dan prasarana yang dimiliki kantor. 	Interval

b. Penanganan Keluhan (X_2)

Penanganan keluhan dalam dunia perbankan merupakan sudah menjadi hal yang wajib. Karena penawaran produk atau jasa oleh bank sudah pasti memiliki berbagai resiko yang bisa terjadi kapan saja. Oleh karena itu ini menjadi satu hal penting yang harus diperhatikan oleh pihak lembaga perbankan sebagai tanggungjawab yang harus diberikan kepada nasabah.⁷

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penanganan Keluhan (X_2)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Penanganan Keluhan (X_2)	Permintaan Maaf	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai yang bersangkutan meminta maaf secara langsung kepada nasabah. 2. Bank meminta maaf secara lisan maupun 	Interval

⁷ Sumarwan Ujang dkk, *Riset Pemasaran...*, hlm. 291.

		tulisan kepada nasabah.	
	Penebusan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah meminta ganti rugi kepada pihak bank. 2. Bank memberi ganti rugi kepada nasabah. 	Interval
	Ketepatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank memperbaiki pelayanan. 2. Nasabah memaklumi permasalahan yang terjadi. 	Interval
	Fasilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank menyediakan tempat untuk nasabah dalam menyampaikan keluhan. 2. Pegawai membantu nasabah mengenai prosedur menyampaikan keluhan. 	Interval
	Penjelasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank mengakui kesalahannya. 2. Bank akan memperbaiki kekurangan yang ada. 	Interval
	Perhatian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai memberikan perhatian dan melakukan interaksi dengan nasabah yang hendak menyampaikan keluhan. 2. Pegawai melayani nasabah dengan sikap yang baik. 	Interval
	Upaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai secara pribadi meningkatkan kinerjanya. 2. Nasabah meminta bank untuk 	Interval

		memperbaiki kinerja karyawannya.	
--	--	----------------------------------	--

c. Nilai Nasabah (X_3)

Nilai nasabah merupakan manfaat yang dirasakan oleh nasabah dari penggunaan jasa atau produk lembaga perbankan apakah sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan atau tidak. Apabila persepsi nasabah mengarah kepada positif. Maka nasabah tidak akan memperlakukan harga atau biaya karena konsumen merasa puas. Akan tetapi jika persepsi nasabah mengarah ke negatif maka nasabah akan merasa dirugikan.⁸

Tabel 3.3
Operasional Variabel Nilai Nasabah (X_3)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Nilai Nasabah (X_3)	Nilai Produk	1. Nasabah dapat memenuhi kebutuhannya. 2. Nasabah mendapatkan pelayanan dan kemudahan dalam kegiatannya.	Interval
	Nilai Layanan	1. Nasabah mendapatkan informasi dari pegawai. 2. Pegawai memberikan solusi terbaik kepada nasabah	Interval
	Nilai <i>Personel</i> (nilai pribadi)	1. Nasabah mempunyai kedekatan emosional dengan pegawai. 2. Nasabah bisa menyampaikan	Interval

⁸ Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran....*, hal. 136.

		permasalahan yang sedang dihadapi.	
	Nilai Moneter	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah mengeluarkan biaya untuk mendapatkan produk dan jasa yang dibutuhkan. 2. Nasabah mengeluarkan biaya untuk sampai ke tempat perusahaan. 	Interval
	Nilai Waktu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah harus menunggu antrian untuk mendapatkan pelayanan. 2. Nasabah mengeluarkan waktu saat mendapatkan pelayanan hingga selesai. 	Interval
	Nilai Psikis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah merasa bosan karena harus menunggu. 2. Nasabah kecewa karena pelayanan yang diberikan. 3. Nasabah merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan. 	Interval

2. Variabel *Dependent* (Variabel Terikat)

Variabel *dependent* sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁹

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian....*, hlm. 97.

Menurut Oliver loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.¹⁰

Loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat diharapkan oleh semua lembaga khususnya perbankan. Karena dengan adanya loyalitas nasabah, bank akan mempunyai citra yang baik dan akan semakin mudah dalam memasarkan produk dan jasa serta dalam mengembangkan perusahaan dari berbagai aspek.¹¹

Variabel dependen dalam penelitian ini hanya satu yaitu loyalitas nasabah. Berikut ini merupakan operasional variabel dependen loyalitas nasabah sebagai berikut:¹²

Tabel 3.4
Operasional Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Loyalitas Nasabah (Y)	<i>Word of mouth.</i> (perkataan secara lisan)	1. Berkata positif tentang bank kepada orang lain. 2. Mendorong teman dan orang lain untuk menggunakan produk dan jasa bank.	Interval
	<i>Repurchase intention.</i> (keinginan)	1. Keinginan untuk menggunakan produk dan	Interval

¹⁰ Putra Rizki Pratama dan Sri Herianingrum, 2014, *Pengaruh...*, hlm. 625.

¹¹ *Ibid.*

¹² Sumarwan Ujang dkk, *Riset Pemasaran...*, hal. 224.

	membeli kembali)	jasa bank diwaktu yang akan datang. 2. Menempatkan bank sebagai prioritas utama.	
	<i>Price insensitivity.</i> (ketidakpekaan harga)	1. Keinginan untuk mengurangi kegiatan menggunakan produk dan jasa bank jika biaya dirasa lebih mahal. 2. Keinginan untuk berpindah dari bank jika dirasa lebih mahal.	Interval

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

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.¹³

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank BNI Syariah KCP Plered yang datang ke bank. Baik yang akan melakukan setoran tunai, penarikan tunai, dan nasabah yang memerlukan pelayanan *costumer service* yang berjumlah 36.000 orang nasabah.¹⁴

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.¹⁵

¹³ Sugiyono, *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 92.

¹⁴ Hasil wawancara dengan pegawai bank BNI Syariah KCP Plered

¹⁵ Sugiyono, *Statistik...*, hlm. 93.

Teknik penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampel insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.¹⁶

Dalam penelitian ini penulis menjadikan semua nasabah yang datang ke Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon sebagai sampel. Adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Untuk menentukan ukuran sampel, Slovin memberikan rumusan sebagai berikut:¹⁷

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

E = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan

sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan, misalnya 2%.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 126.

¹⁷ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), hlm. 180.

Pada penelitian ini kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan adalah 10% ($e=10\%$).

$$n = \frac{10.361}{1+10.361(10\%^2)}$$

$n = 100,00965158$ dibulatkan menjadi 100 orang nasabah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.¹⁸ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik sebagai berikut:¹⁹

1. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis observasi terus terang.²⁰ Dalam hal ini, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa penulis sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian....*, hlm. 308.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 312.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 316.

2. Wawancara/ *Interview*

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.²¹

Dalam penelitian ini yang diwawancarai penulis adalah semua nasabah Bank BNI Syariah KCP Plered, *costumer service*, *teller*, *marketing* dan *supervisor*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis wawancara terstruktur. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya.²²

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan/ responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti.²³

Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian, dan perilaku dari responden.²⁴

Kuesioner ini dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh penulis mengenai pelayanan, penanganan keluhan nasabah, nilai nasabah, dan loyalitas nasabah. Dengan responden nasabah Bank BNI Syariah KCP Plered yang datang ke bank.

²¹ *Ibid.*, hlm. 318.

²² *Ibid.*

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 192.

²⁴ *Ibid.*

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.²⁵

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan.²⁶

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 dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.²⁷

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:²⁸

²⁵ *Ibid.*, hlm. 178.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 165.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 136.

²⁸ *Ibid.*

Tabel 3.5
Tabel Gradasi Skala *Likert* dari Sangat Positif sampai Sangat Negatif.

Nilai	Kriteria Jawaban Variabel (X)	Kriteria Jawaban Variabel (Y)
5	Sangat Setuju	Selalu
4	Setuju	Sering
3	Ragu-Ragu	Kadang-Kadang
2	Tidak Setuju	Pernah
1	Sangat Tidak Setuju	Tidak Pernah

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:²⁹

1. Setuju / selalu / sangat positif / diberi skor 5.
2. Setuju / sering / positif diberi skor 4.
3. Ragu-ragu / kadang-kadang / netral diberi skor 3.
4. Tidak setuju / hampir tidak pernah / negatif diberi skor 2.
5. Sangat tidak setuju / tidak pernah / diberi skor 1.

Berkenaan dengan pengukuran, maka peneliti perlu mengetahui jenis-jenis skala pengukuran. Ada empat jenis skala pengukuran, yaitu: skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio.³⁰

Skala nominal, merupakan sebatas label yang diberikan terhadap suatu kategori, dan tidak menunjukkan tingkatan apa-apa. Misalnya, jenis

²⁹ *Ibid.*, hlm. 137.

³⁰ Nasution Mustafa Edwin dan Hardius Usman, *Proses Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006), hlm. 93.

kelamin (laki-laki atau perempuan) merupakan variabel yang berisi data yang menunjukkan karakteristik objek penelitian, tanpa suatu tingkatan. Bila jenis kelamin diberi kode: laki-laki = 1 dan perempuan = 2, maka bukan berarti perempuan mempunyai nilai dua kali laki-laki.³¹

Skala ordinal, berbeda dengan skala nominal, maka pada skala ini data mengandung pengertian tingkatan. Misalnya: umur, perusahaan, daftar ranking sepuluh bank terbaik di Indonesia, lima emiten dengan kapitalisasi pasar terbesar, dan sebagainya.³²

Skala interval, merupakan klasifikasi secara kuantitatif dari objek yang merupakan ukuran ordinal. Misalnya: peneliti melakukan studi mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Adapun setiap pertanyaan (indikator) dijawab dengan menggunakan pilihan:³³

1. Sangat Buruk
2. Buruk.
3. Cukup.
4. Baik.
5. Sangat Baik.

Kemudian dibuat standar penilaian dalam bentuk interval, yaitu:³⁴

1. Konsumen sangat puas: ≥ 85 .
2. Konsumen puas: 70 – 84.

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*, hlm. 94.

³⁴ *Ibid.*

3. Konsumen cukup puas: 55 – 69.
4. Konsumen tidak puas: 40 – 54.
5. Konsumen sangat tidak puas: 25 – 39.

Skala rasio, mengandung ketiga skala diatas. Yang membedakannya skala ini menunjukkan bahwa rasio masing-masing pengukuran mengandung arti. Misalnya: rasio dari Indeks Harga Konsumen (IHK) dapat berarti inflasi, atau rasio antara pendapatan nominal dengan IHK yang mempunyai arti pendapatan riil.³⁵

Tabel 3.6
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian untuk Mengukur Pengaruh
Pelayanan, Penanganan Keluhan, dan Nilai Nasabah terhadap
Loyalitas Nasabah di Bank BNI Syariah KCP Plered Kota
Cirebon.

Variabel	Indikator	No. Item	Jumlah
Pelayanan (X1)	1. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.	1, 2	2
	2. Sikap tanggap pegawai.	3, 4	2
	3. Kemampuan pegawai dalam melakukan komunikasi yang efektif.	5, 6	2
	4. Perhatian yang diberikan oleh pegawai terhadap nasabah.	7, 8	2
	5. Sarana dan prasarana yang dimiliki kantor	9, 10	2
Penanganan Keluhan (X2)	1. Pegawai yang bersangkutan meminta maaf secara langsung kepada nasabah.	11, 12	2
	2. Nasabah meminta ganti rugi kepada pihak bank.	13,14	2

³⁵ *Ibid.*

	3. Bank memperbaiki pelayanan.	15, 16	2
	4. Bank menyediakan tempat untuk nasabah dalam menyampaikan keluhan.	17, 18	2
	5. Bank mengakui kesalahan dan akan memperbaikinya.	19, 20	2
	6. Pegawai memberikan perhatian dan melakukan interaksi dengan nasabah yang hendak menyampaikan keluhan.	21, 22	2
	7. Pegawai secara pribadi meningkatkan kinerjanya.	23, 24	2
Nilai Nasabah (X3)	1. Nasabah dapat memenuhi kebutuhannya.	25, 26	2
	2. Nasabah mendapatkan informasi dari pegawai.	27, 28	2
	3. Nasabah mempunyai kedekatan emosional dengan pegawai.	29, 30	2
	4. Nasabah mengeluarkan biaya untuk mendapatkan produk dan jasa yang dibutuhkan.	31, 32	2
	5. Nasabah harus menunggu antrian untuk mendapatkan pelayanan.	33, 34	2
	6. Nasabah merasa bosan karena harus menunggu.	35, 36	2
Loyalitas Nasabah (Y)	1. Berkata positif tentang bank kepada orang lain.	37, 38	2
	2. Keinginan untuk menggunakan jasa bank diwaktu yang akan datang dan menjadikan bank sebagai prioritas utama.	39, 40	2

	3. Keinginan untuk berpindah jika bank tersebut dirasa lebih mahal.	41, 42	2
--	---	--------	---

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada nasabah Bank BNI Syariah KCP Plered yang datang ke kantor. Angket tersebut berisi lima pilihan pertanyaan atau pernyataan yang kemudian harus diisi oleh nasabah sebagai responden tanpa adanya intervensi dari pihak lain. Setelah angket/kuesioner tersebut diisi selanjutnya dikembalikan kembali kepada peneliti.

Perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan instrumen yang valid dan reliabel. Oleh karena itu untuk mendapatkan validitas dan reliabilitas yang pasti, maka harus dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.³⁶

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.³⁷

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

³⁶ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 348.

³⁷ *Ibid.*

Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.³⁸

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid.³⁹

Tabel 3.7
Hasil Perhitungan Uji Validitas Instrumen Pelayanan (X1)

No.	r hitung	r tabel 5% (n-2)	Keterangan
1.	0,619	0,361	Valid
2.	0,826	0,361	Valid
3.	0,905	0,361	Valid
4.	0,793	0,361	Valid
5.	0,605	0,361	Valid
6.	0,848	0,361	Valid
7.	0,771	0,361	Valid
8.	0,750	0,361	Valid
9.	0,555	0,361	Valid
10	0,438	0,361	Valid

³⁸ Sujarweni V. Wiratna, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 192.

³⁹ *Ibid.*

Tabel 3.8
Hasil Perhitungan Uji Validitas Instrumen Penanganan
Keluhan (X2)

No.	r hitung	r tabel 5% (n-2)	Keterangan
1.	0,689	0,361	Valid
2.	0,601	0,361	Valid
3.	0,613	0,361	Valid
4.	0,403	0,361	Valid
5.	0,556	0,361	Valid
6.	0,720	0,361	Valid
7.	0,528	0,361	Valid
8.	0,736	0,361	Valid
9.	0,377	0,361	Valid
10.	0,680	0,361	Valid
11.	0,632	0,361	Valid
12.	0,519	0,361	Valid
13.	0,632	0,361	Valid
14.	0,456	0,361	Valid

Tabel 3.9
Hasil Perhitungan Uji Validitas Instrumen Nilai Nasabah (X3)

No.	r hitung	r tabel 5% (n-2)	Keterangan
1.	0,469	0,361	Valid
2.	0,376	0,361	Valid
3.	0,419	0,361	Valid
4.	0,619	0,361	Valid
5.	0,693	0,361	Valid

6.	0,561	0,361	Valid
7.	0,419	0,361	Valid
8.	0,557	0,361	Valid
9.	0,697	0,361	Valid
10.	0,585	0,361	Valid
11.	0,482	0,361	Valid
12.	0,524	0,361	Valid

Tabel 3.10
Hasil Perhitungan Uji Validitas Instrumen Loyalitas Nasabah (Y)

No.	r hitung	r tabel 5% (n-2)	Keterangan
1.	0,938	0,361	Valid
2.	0,945	0,361	Valid
3.	0,842	0,361	Valid
4.	0,879	0,361	Valid
5.	0,586	0,361	Valid
6.	0,629	0,361	Valid

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.⁴⁰

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan

⁴⁰ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian.....*, hlm. 348.

kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.⁴¹

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.⁴²

a. Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan

Tabel 3.11
Hasil Uji Reliabilitas (X1)

No.	Koefisien reabilitas r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,893	0,60	Reliabel
2.	0,881	0,60	Reliabel
3.	0,876	0,60	Reliabel
4.	0,884	0,60	Reliabel
5.	0,903	0,60	Reliabel
6.	0,879	0,60	Reliabel
7.	0,885	0,60	Reliabel
8.	0,883	0,60	Reliabel
9.	0,896	0,60	Reliabel
10	0,912	0,60	Reliabel

⁴¹ Sujarweni V. Wiratna, *SPSS....*, hlm. 192.

⁴² *Ibid.*

b. Uji Reliabilitas Variabel Penanganan Keluhan

Tabel 3.12
Hasil Uji Reliabilitas (X2)

No.	Koefisien reabilitas r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,827	0,60	Reliabel
2.	0,827	0,60	Reliabel
3.	0,822	0,60	Reliabel
4.	0,850	0,60	Reliabel
5.	0,838	0,60	Reliabel
6.	0,822	0,60	Reliabel
7.	0,830	0,60	Reliabel
8.	0,828	0,60	Reliabel
9.	0,837	0,60	Reliabel
10.	0,829	0,60	Reliabel
11.	0,830	0,60	Reliabel
12.	0,839	0,60	Reliabel
13.	0,830	0,60	Reliabel
14.	0,846	0,60	Reliabel

c. Uji Reliabilitas Variabel Nilai Nasabah

Tabel 3.13
Hasil Uji Reliabilitas (X3)

No.	Koefisien reabilitas r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,743	0,60	Reliabel
2.	0,755	0,60	Reliabel
3.	0,755	0,60	Reliabel
4.	0,739	0,60	Reliabel

5.	0,719	0,60	Reliabel
6.	0,751	0,60	Reliabel
7.	0,762	0,60	Reliabel
8.	0,746	0,60	Reliabel
9.	0,727	0,60	Reliabel
10.	0,749	0,60	Reliabel
11.	0,778	0,60	Reliabel
12.	0,763	0,60	Reliabel

d. Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah

Tabel 3.14
Hasil Uji Reliabilitas (Y)

No.	Koefisien reabilitas r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,843	0,60	Reliabel
2.	0,843	0,60	Reliabel
3.	0,864	0,60	Reliabel
4.	0,855	0,60	Reliabel
5.	0,902	0,60	Reliabel
6.	0,899	0,60	Reliabel

F. Uji Persyaratan Analisis Data

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas Data

Uji asumsi normalitas yang lebih kompleks dan lengkap sering juga disebut dengan uji kesesuaian model (*Goodness Of Fit* (GOF)) dimaksudkan untuk menguji apakah model yang diusulkan

memiliki kesesuaian (*fit*) dengan data atau tidak. Suatu model dikatakan *fit* apabila matriks korelasi sampel tidak jauh beda dengan matriks korelasi estimasi.⁴³

Untuk melakukan uji normalitas Chi Kuadrat, berikut ini merupakan langkah-langkahnya:⁴⁴

- 1) Gunakan tabel distribusi frekuensi dengan menggunakan tepi bawah kelas dan diakhiri dengan tepi atas kelas.
- 2) Hitunglah nilai normal standar tiap tepi kelas dengan rumus:

$$Z = \frac{x - \bar{x}}{s}$$

Keterangan:

Z = Nilai normal standar.

X = Tepi kelas.

\bar{x} = Rerata variabel.

S = Simpangan baku (standar deviasi).

- 3) Gunakan Z table (tabel A1/A2) untuk menghitung luas dibawah kurva normal.
- 4) Hitung besar peluang dengan cara menghitung luas masing-masing nilai Z, kemudian hitung selisih luas antar kelas.
- 5) Hitunglah nilai frekuensi ekspektasi (f_e) dengan rumus:

$$f_e = n \times \text{selisih luas antar kelas.}$$

Keterangan:

⁴³ Riadi Edi, *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), hlm. 105-106.

⁴⁴ *Ibid.*

f_e = frekuensi ekspektasi.

n = jumlah sampel.

6) Hitunglah nilai Chi Kuadrat dengan rumus:

$$x^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan:

x^2 = Nilai Chi Kuadrat.

f_e = Frekuensi ekspektasi.

f_o = Frekuensi observed (*absolut*).

b. Uji Linearitas

Uji ini untuk melihat spesifikasi model yang digunakan benar atau tidak. Dengan uji ini akan diperoleh informasi model empiris sebaiknya linier, kuadran, atau kubik. Uji Ramsey dikembangkan tahun 1969. Ramsey menyarankan suatu uji yang disebut *general test of spesification* atau *reset*. Untuk melakukan uji ini harus membuat asumsi atau keyakinan bahwa fungsi yang benar adalah fungsi linier. Uji ini bertujuan untuk menghasilkan F hitung.⁴⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan bebas dari

⁴⁵ Sujarweni V. Wiratna, *SPSS.....*, hlm. 56.

asumsi klasik statistik baik itu multikolinieritas, autokolerasi, dan heteroskedastisitas.⁴⁶

Proses pengajuan asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi berganda sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan kotak kerja yang sama dengan uji regresi.⁴⁷

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan kolerasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.⁴⁸

b. Uji Autokorelasi

Menguji autokolerasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain.⁴⁹

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 181.

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 185.

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 186.

Mendeteksi autokolerasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (d_l dan d_u). Kriteria ketika $d_u < d$ hitung $< 4-d_u$ maka tidak terjadi autokolerasi. Outputnya tampak pada layar sebagai berikut:⁵⁰

Kriterianya:

Jika nilai $d_u < d < 4-d_u$ maka tidak terjadi autokorelasi.

Nilai Durbin Watson tabel lihat di tabel Durbin Watson (k, n) jadi (3, 15) (k adalah jumlah variabel *independent*) diperoleh nilai d_u dan d_l maka nilai d_u dan d_l adalah 1,750 dan 0,814. Maka nilai autokorelasi diantara $1,750 < 2,035 < 2,250$ jadi tidak terjadi autokorelasi.⁵¹

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:⁵²

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 186.

⁵¹ *Ibid.*

⁵² *Ibid.*, hlm. 187.

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁵³

Adapun langkah-langkah analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Deskripsi Data

Secara konseptual, analisis deskriptif merupakan metode untuk menggambarkan data yang dikumpulkan secara sederhana.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 238.

Penyajiaannya dapat berbentuk tabel, atau grafik, termasuk juga perhitungan rata-rata, standar deviasi, dan sebagainya.⁵⁴

Tabel frekuensi mempunyai tujuan utama, adalah untuk mengatur data mentah kedalam bentuk yang ringkas (biasanya dikelompokkan), tanpa mengurangi arti informasi yang disampaikan. Dengan demikian, tabel ini dapat menjelaskan jumlah atau proporsi sampel pada suatu karakteristik tertentu.⁵⁵

Berikut ini merupakan proses pendeskripsian data sebagai berikut:

a. Mean

Mean atau rerata hitung adalah ukuran tendensi pusat yang memberikan gambaran mengenai data dan merupakan nilai yang dapat mewakili dari keterpusatan data. Mean atau rata-rata diperoleh dari penjumlahan semua nilai dibagi jumlah data.⁵⁶

$$\text{Rumus rata-rata hitung populasi} = \mu = \frac{\sum x}{N} \text{ } ^{57}$$

Keterangan:

μ = Dibaca Myu adalah rata-rata hitung populasi.

\sum = Dibaca sigma adalah simbol operasi penjumlahan.

X = Nilai data keseluruhan populasi.

N = Jumlah observasi.

$\sum N$ = Total nilai X.

⁵⁴ Nasution Mustafa Edwin dan Hardius Usman, *Proses Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006), hlm. 118.

⁵⁵ Nasution Mustafa Edwin dan Hardius Usman, *Proses Penelitian...*, hlm. 118.

⁵⁶ Hendryadi Suryani, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 214.

⁵⁷ Hendryadi Suryani, *Metode Riset...*, hlm. 215.

b. Median

Median adalah nilai tengah dalam sekelompok data / observasi setelah diurutkan. Langkah untuk mencari median adalah dengan menentukan letak median, yaitu $(n + 1) / 2$, n adalah jumlah observasi data. Pada jumlah data ganjil, posisi median berada ditengah data.⁵⁸

c. Modus

Modus adalah nilai pengamatan yang paling sering muncul pada suatu pengamatan. Misalnya, data mengenai jenis sepeda motor roda dua yang paling laris di Indonesia, tingkat pendidikan masyarakat, jenis pekerjaan yang paling diminati oleh mahasiswa, jenis atau tipe handphone yang paling diminati, dan lain sebagainya.⁵⁹

2. Penentuan Hipotesis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan hipotesis asosiatif dalam penentuan hipotesis. Hipotesis asosiatif merupakan dugaan tentang adanya hubungan antara variabel dalam populasi yang akan diuji melalui hubungan antar variabel dalam sampel yang diambil dari populasi tersebut.⁶⁰

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 216.

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 217.

⁶⁰ Sugiyono, *Statistik untuk penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 224.

Terdapat tiga macam bentuk hubungan antar variabel, yaitu hubungan simetris, hubungan sebab akibat (kausal), dan hubungan interaktif (saling mempengaruhi).⁶¹

Berikut ini merupakan beberapa hipotesis yang penulis ajukan, sebagai berikut:

a. $H_{01} : \rho = 0$; Tidak terdapat pengaruh dari pelayanan (X_1) terhadap loyalitas nasabah (Y) di Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon.

$H_{a1} : \rho \neq 0$; Terdapat pengaruh dari pelayanan (X_1) terhadap loyalitas nasabah (Y) di Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon.

b. $H_{02} : \rho = 0$; Tidak terdapat pengaruh dari penanganan keluhan (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) di Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon.

$H_{a2} : \rho \neq 0$; Terdapat pengaruh dari penanganan keluhan (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) di Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon

c. $H_{03} : \rho = 0$; Tidak terdapat pengaruh dari nilai nasabah (X_3) terhadap loyalitas nasabah (Y) di Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon.

⁶¹ *Ibid.*

$H_{a3} : \rho \neq 0$; Terdapat pengaruh dari nilai nasabah (X_3) terhadap loyalitas nasabah (Y) di Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon.

- d. $H_{04} : \rho = 0$; Tidak terdapat pengaruh dari pelayanan (x_1), penanganan keluhan (x_2), dan nilai nasabah (x_3) terhadap loyalitas nasabah (Y) di Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon.

$H_{a4} : \rho \neq 0$; Terdapat pengaruh dari pelayanan (x_1), penanganan keluhan (x_2), dan nilai nasabah (X_3) terhadap loyalitas nasabah (Y) di Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon.

3. Analisis Regresi

Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel tergantung atau dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau variabel independen. Uji regresi ada 2 yaitu:⁶²

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:⁶³

$$Y = a + bX$$

⁶² *Ibid.*, hlm. 261.

⁶³ *Ibid.*

Dimana:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan).

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Secara teknis harga b merupakan tangen dari (perbandingan) antara sepanjang garis variabel dependen, setelah persamaan regresi ditemukan:⁶⁴

$$\text{Harga } b = r \frac{s_y}{s_x}$$

$$\text{Harga } a = Y - bX$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi product moment antara variabel X dengan variabel Y.

s_y = Simpangan baku variabel Y.

⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 261.

s_y = Simpangan baku variabel X.

b. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2:⁶⁵

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Persamaan regresi untuk tiga prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Persamaan regresi untuk n prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

4. Analisis Korelasi

a. Korelasi Berganda

1) Koefisien Korelasi Linier Sederhana (KKLS)

Koefisien korelasi linier sederhana adalah korelasi antara dua variabel X dan Y. Koefisien korelasi antara X dengan Y sering diberi simbol r_{xy} atau r saja:⁶⁶

⁶⁵ *Ibid.*, hlm. 275-276.

⁶⁶ Supranto J, *Statistik Teori & Aplikasi Edisi 8 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2016), hal. 206-207.

$$r_{xy} = \frac{\sum x_1 y_1}{\sqrt{\sum x_i^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

Dimana:

$$x_1 = x_{1i} - \bar{x}$$

$$y_1 = y_{1i} - \bar{y}$$

2) Koefisien Korelasi Linier Berganda (KKLB)

Apabila kita ingin mengetahui kuatnya hubungan antara variabel Y dengan beberapa variabel X lainnya (misalnya antara Y dengan X_1 dan X_2), maka kita harus menggunakan suatu koefisien korelasi linier berganda (KKLB) yang rumusnya adalah sebagai berikut:⁶⁷

$$\begin{aligned} \text{KKLB} &= R_{y.12} \\ &= \sqrt{\frac{r_{1y}^2 + r_{2y}^2 - 2r_{1y}r_{2y}r_{12}}{1 - r_{12}^2}} \end{aligned}$$

b. Koefisien Korelasi Parsial

Apabila variabel Y berkorelasi dengan X_1 dan X_2 , maka koefisien korelasi antara Y dan X_1 (X_2 konstan), antara Y dan X_2 (X_1 konstan), dan antara X_1 dan X_2 (Y konstan) disebut koefisien korelasi parsial (KKP) dengan rumus sebagai berikut:⁶⁸

$$r_{1y.2} = \frac{r_{1y} - r_{2y}r_{12}}{\sqrt{1 - r_{2y}^2} \sqrt{1 - r_{12}^2}}$$

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ *Ibid.*, hlm. 209.

5. Uji Signifikasi

a. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Uji keberertian model regresi atau disebut dengan uji F, yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama (simultan) yang ditujukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.⁶⁹

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel X_1, X_2 dan variabel X_3 secara keseluruhan terhadap variabel Y. Untuk menguji hipotesa: $H_0 : b = 0$, maka langkah-langkah yang akan digunakan untuk menguji hipotesa tersebut dengan uji F adalah sebagai berikut:⁷⁰

1) Menentukan H_0 dan H_a

$H_0 : E1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen).

$H_a : 11 \neq 0$ (terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen).

2) Menentukan *Level of Significance*

Level of Significance yang digunakan sebesar 5% atau $(\alpha) = 0,05$.

3) Melihat nilai F (F hitung)

⁶⁹ Haslinda dan Jamaluddin M, 2016, *Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran terhadap Kinerja Organisasi dengan Standar Biaya sebagai Variabel Moderating pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo*, Makassar, Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban, Vol.II No.1, 2016, hlm. 10-11.

⁷⁰ *Ibid.*

Melihat F hitung dengan melihat output (tabel anova) SPSS 22 dan membandingkannya dengan F tabel.

- 4) Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan H_o , dengan melihat tingkat probabilitasnya, yaitu:

Jika Signifikansi $< 0,05$ maka H_o ditolak.

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisien regresi. Jika suatu koefisien regresi signifikan menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen (*explanatory*) secara individual dalam menerangkan variabel dependen.⁷¹

Untuk menguji koefisien hipotesis: $H_o = 0$, untuk itu langkah yang digunakan untuk menguji hipotesa tersebut dengan uji t adalah sebagai berikut:⁷²

- 1) Menentukan H_o dan H_a

$H_o : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen).

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ (terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen).

- 2) Menentukan *Level of Significance*

⁷¹ *Ibid.*

⁷² *Ibid.*

Level of Significance yang digunakan sebesar 5% atau (α) = 0,05.

3) Menentukan nilai t (t hitung)

Melihat nilai t hitung dan membandingkannya dengan t tabel.

4) Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan H_0 sebagai berikut:

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.

H. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Bank BNI Syariah KCP Plered Kota Cirebon yang beralamat di Jl. Ir. Juanda No. 36 Battembat, Tengah Tani, Cirebon, Jawa Barat, 45116.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun akademik 2018/2019 yaitu pada November 2018 sampai Mei 2019 dengan jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.15
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Periode								
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
		2018	2018	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019
1.	Studi Pendahuluan.									
2.	Mengajukan Judul Proposal.									
3.	Penyusunan Usulan Proposal Penelitian.									
4.	Seminar Usulan Proposal Penelitian.									
5.	Pelaksanaan Penelitian:									
	a. Pengumpulan Data.									
	b. Pengolahan Data.									
	c. Penganalisaan Data.									
6.	Pelaporan Data.									
	a. Penyusunan Laporan.									
	b. Laporan Hasil Skripsi.									
7.	Sidang Skripsi.									

