

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, yang merupakan penelitian dengan menggunakan analisis data yang berbentuk angka atau numerik. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya terstruktur secara sistematis dan terencana dengan jelas sejak awal hingga dalam pembuatan desain penelitiannya.<sup>1</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pembahasan mengenai Pengaruh *Relationship Marketing* dan *Service Excellence* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang.

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang yang bergerak di bidang industri perbankan. Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang beralamat di JL. Letkol Iskandar No. 537-538. Kec. Bukit Kecil, Kel. 26 Ilir, Kota Palembang 30129.

---

<sup>1</sup>Prof. Dr. Sugoyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 20.

### **C. Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini akan dilakukan pada semester Genap 2021 pada bulan Juni 2021.

### **D. Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dikarenakan data yang diperoleh berupa angka. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.<sup>2</sup>

#### **2. Sumber Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer sebagai sumber data. Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti secara langsung. Pendekatan atau metode yang dilakukan pada penelitian ini berupa hasil kuesioner dari responden nasabah tabungan rofiqoh Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>Dr. Sandu Siyoto, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Karanganyar: Literasi Media Publishing, 2016), hlm. 19.

<sup>3</sup>Suryani dan Hendriyadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hlm. 171.

## **E. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi merupakan kumpulan dari seluruh unsur atau elemen unit pengamatan (*observation unit*) yang akan diteliti.<sup>4</sup> Faisal dan Mujiyanto (2017) berpendapat bahwa populasi adalah keseluruhan dari unit di dalam pengamatan yang akan kita lakukan.<sup>5</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang yang berjumlah 92.871 orang nasabah berdasarkan dari data yang peneliti peroleh dari pihak Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang.<sup>6</sup>

### **2. Sampel**

Sampel merupakan sebagian dari unsur atau elemen atau unit pengamatan dari populasi yang sedang dipelajari, yang berarti tidak akan ada sampel jika tidak ada populasi.<sup>7</sup>

Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Sudah menjadi nasabah yang memiliki tabungan rofiqoh pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang.
2. Sudah menjadi nasabah minimal selama 2 tahun dan nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang yang memiliki tabungam rofiqoh yang aktif.

Mengapa peneliti menggunakan nasabah tabungan rofiqoh sebagai sampel, karena tabungan rofiqoh merupakan tabungan yang jumlah nasabahnya paling banyak dibandingkan jenis tabungan lainnya yang ada di Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang. Selain itu tabungan rofiqoh merupakan tabungan yang menggunakan akad

---

<sup>4</sup>Abuzar Asra, Puguh Bodro, dan Agus Purwoto, *Metode Penelitian Survei*, (Bogor: In Media, 2016), hlm. 70.

<sup>5</sup>Sony Faisal Rinaldi dan Bagya Mujiyanto, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Jakarta: Kemenkes RI, 2017), hlm. 73.

<sup>6</sup> Wawancara dengan Syofian Hakim, Selaku Wakil Pimpinan Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang, Pada Tanggal 06 September 2021 pukul 17.05

<sup>7</sup>Ida Respatiningsih dan Frans Sudirjo, "Pengaruh Komitmen Organisasi, Motivasi, Kapabilitas dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai (Studi Empirik Pada Inspektorat Kabupaten Malang)", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4 No. 3, 2016, hlm. 55-68

wadiah atau titipan sehingga banyak nasabah yang tertarik memilih jenis tabungan rofiqoh untuk menyimpan dananya, dan tabungan rofiqoh tidak memiliki biaya administrasi serta saldo minimumnya rendah yaitu sebesar Rp.20.000.

Untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan perhitungan melalui rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10% sebagai berikut :<sup>8</sup>

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah seluruh populasi

e = Tingkat kesalahan

Jika diketahui jumlah populasi Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang sebanyak 49.363 nasabah, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{49.363}{1 + 49.363 (0,1)}$$

$$n = \frac{49.363}{1 + 49.363 (0,01)}$$

$$n = \frac{49.363}{494,63}$$

$$n = 99,79 = 100 \text{ responden}$$

Jadi, berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin pada penelitian ini diperoleh jumlah sampel yaitu 100 nasabah dari jumlah populasi 49.363 nasabah tabungan

---

<sup>8</sup>Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), hlm. 170.

rofiqoh Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang. Dalam memilih jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% atau (0,1) karena dalam penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%. Semakin besar tingkat kesalahan maka semakin sedikit ukuran sampel.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu sampling kebetulan (*accidental sampling*). *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>9</sup>

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah suatu teknik atau langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Angket (Kuesioner)**

(Sugiyono, 2015) berpendapat bahwa Angket (kuesioner) merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan atau pertanyaan terhadap responden untuk di jawab.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini metode ini akan dilakukan dengan menyebarkan lembar pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada responden.

### **2. Wawancara**

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang kegiatannya melalui tanya jawab secara lisan yang dilakukan dengan tatap muka antara peneliti dan narasumber untuk memperoleh informasi.<sup>11</sup> Dalam hal ini peneliti mengajukan

---

<sup>9</sup>Suryani, Hendriyadi, *Metode Riset Kuantitatif dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hlm. 202.

<sup>10</sup> Prof. Dr. Sugoyono, *Metodologi Penelitian dan Pengembangan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 135

<sup>11</sup>Ibid, hlm. 183.

pertanyaan kepada wakil pimpinan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Bapak Sofyan Hakim selaku wakil pimpinan Bank Sumsel Cabang Syariah Palembang mengungkapkan bahwa kebanyakan nasabah memilih jenis tabungan Rofiqoh. Bapak Sofyan juga menanyakan kepada beberapa pegawai Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang tentang jenis tabungan yang mereka miliki dan alasan memilih produk tabungan tersebut, dan jawabannya mereka mempunyai tabungan Rofiqoh dengan alasan memilih tabungan tersebut bermacam-macam, ada yang beralasan saldo minimum rendah, gratis biaya administrasi, dan tidak ada resiko karena prinsip tabungan Rofiqoh adalah al-wadiah yaitu titipan murni. Peneliti juga melakukan wawancara terhadap nasabah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan peneliti.

Selanjutnya Bapak Syofian Hakim juga mengungkapkan bahwa jumlah nasabah khususnya tabungan Rofiqoh setiap harinya tidak menentu, jumlah nasabah hari ini dan besok bisa jadi naik dan bisa juga turun. Hal ini tentu menjadi intopeksi agar bank selalu memperhatikan keinginan serta kebutuhan nasabahnya karena nasabah adalah bagian terpenting dalam bank dan nasabah merupakan aset suatu bank.<sup>12</sup>

## G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi atau suatu dimensi yang diberikan terhadap suatu variabel menspesifikasikan kegiatan atau memberikan makna terhadap suatu operasional yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut.<sup>13</sup> Secara operasional variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

| No | Variabel | Definisi | Indikator | Skala |
|----|----------|----------|-----------|-------|
|----|----------|----------|-----------|-------|

<sup>12</sup> Wawancara dengan Syofian Hakim, Selaku Wakil Pimpinan Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang, Pada Tanggal 18 Maret 2021 pukul 11.15

<sup>13</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 110.

|    |                                    | <b>Operasional</b>   |   |        |
|----|------------------------------------|--|---|--------|
| 1. | <b>Relationship Marketing (X1)</b> | <i>Relationship marketing</i> merupakan proses menciptakan hubungan antara bank dan nasabah sehingga tercipta hubungan jangka panjang antara kedua belah pihak <sup>14</sup>   | Indikator yang mempengaruhi <i>shariah relationship marketing</i> , yaitu:<br>1. Komunikasi<br>2. Komitmen<br>3. Penanganan Keluhan<br>4. Kepercayaan. <sup>15</sup>                  | Likert |
| 2. | <b>Service Excellence (X2)</b>     | <i>Service excellence</i> merupakan suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat terhadap produk, jasa, dan sumber daya manusia serta dapat memenuhi kebutuhan, menyiapkan serta mengurus secara prima, sehingga konsumen mendapatkan sesuatu yang melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. <sup>16</sup> | Indikator dalam <i>shariah service excellence</i> sebagai berikut:<br>1. Keramahan<br>2. Akses atau Fasilitas<br>3. Penampilan<br>4. Kemampuan dalam menyajikan layanan <sup>17</sup> | Likert |
| 3. | <b>Loyalitas (Y)</b>               | Loyalitas adalah komitmen mendalam untuk melakukan pembelian produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, terkait terhadap suatu <i>brand</i> sebuah produk, sehingga   | Karakteristik nasabah yang loyal yaitu :<br>1. Teratur dalam melakukan pembelian<br>2. Melakukan pembelian di luar lini produk ataupun jasa   | Likert |

<sup>14</sup>Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Terj. Ahmad Azmi dan Norjaya Yasin, (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 35.

<sup>15</sup>Anita Rahmawaty, “*Model Syariah Relationship Marketing dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*”, *Jurnal Ilmu Syariah*, Vol. 49, No. 2, 2015, hlm. 179-188

<sup>16</sup>Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm. 25.

<sup>17</sup>Dr. Kasmir, *Customer Services Excellent*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 66.

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | mereka puas terhadap perilaku positif tersebut dan memperkenalkannya terhadap siapapun yang mereka kenal. Nasabah yang puas akan tetap berkomitmen atau loyal sehingga akan terus menjalin hubungan terhadap perusahaan. <sup>18</sup> | 3. Merekomendasikan produk ataupun jasa kepada orang lain.<br>4. Kebal terhadap daya tarik produk sejenis terhadap kompetitor pesaing. <sup>19</sup> |  |
|--|--|--|--|

## H. Skala Pengukuran Variabel

Dalam melakukan skala pengukuran variable-variabel yang ada dapat digunakan dengan skala likert. Skala likert digunakan dalam bentuk sikap, pendapat, dan persepsi responden tentang fenomena sosial. Data dikumpulkan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dalam angket dibuat dengan metode skala 1-5. Untuk memperoleh data yang bersifat interval dan diberi skor 1-5.<sup>20</sup>

**Tabel 3.2**  
**Bobot Nilai Setiap Pertanyaan Kuesioner**

| Alternatif          | Bobot Nilai |
|---------------------|-------------|
| Sangat Setuju       | 5           |
| Setuju              | 4           |
| Netral              | 3           |
| Tidak Setuju        | 2           |
| Sangat Tidak Setuju | 1           |

Sumber : data dikelola (2021)

## I. Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

<sup>18</sup>Pribanus Wantara, "The Relationship among Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty", *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 5 No. 18, 2016, hlm. 246-269.

<sup>19</sup>Hermawan Kartajaya, *Loyalty Marketing Performance: Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management, dan Servis untuk Mendongkrak Laba*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2016), hlm. 34.

<sup>20</sup>Dr. Enny Radjab dan Dr. Andi Jam'an, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), hlm. 124.

Validitas merupakan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur terhadap suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data tersebut valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004). Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner atau angket. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel.<sup>21</sup> Untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak, maka didapatkan kriteria statistik sebagai berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif pada signifikan 0,05, maka variabel tersebut valid.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

## **2. Uji Reliabilitas**

(Ghozali, 2016) berpendapat bahwa uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari konstruk atau variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban dari seseorang stabil dan konsisten dari waktu ke waktu terhadap pertanyaan yang diajukan. Untuk mengukur reliabel dengan uji statistik *Cronbach Alpha* dalam SPSS dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60.<sup>22</sup>

## **J. Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu analisis kuantitatif. Teknik analisis dilakukan dengan memperoleh data melalui angket atau

---

<sup>21</sup>Agus Tri Basuki dan Imamudin Yuliadi, *Electronic Data Processing*, (Sleman: Penerbit Danisa Media, 2017), hlm. 68.

<sup>22</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Mutivariete dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), hlm. 55.

kuesioner yang akan diisi oleh narasumber/responden, lalu dianalisis dan diolah menggunakan teknik pengolahan data SPSS.

## **1. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui data tersebut terdistribusi normal atau tidak normal, sehingga untuk melakukan langkah selanjutnya tidak terjadi penyimpangan sehingga data tersebut dapat dipertanggung-jawabkan kebenarannya. Dalam uji normalitas ini alat yang digunakan untuk melakukan uji normalitas ini adalah uji Kolmogrov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas ini sebagai berikut :<sup>23</sup>

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat dan mengetahui apakah terdapat hubungan atau saling berkorelasi terhadap variabel bebas. Ukuran yang lebih umum serta cara yang digunakan untuk mengidentifikasi multikolinieritas adalah dengan melihat nilai toleransi dan faktor inflasi varian (VIF- *the inverse of the tolerance valuel*), dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai VIF kurang dari 0,10 atau 10.<sup>24</sup>

### **c. Uji Heteroskedastisitas**

---

<sup>23</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 160.

<sup>24</sup>Umar Sekaran dan Roger Bougie, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hlm. 142.

Heteroskedastisitas merupakan suatu keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian residual yang tidak konstan terhadap regresi sehingga keakuratan hasil prediksi menjadi meragukan. Dapat diartikan bahwa heteroskedastisitas sebagai ketidaksamaan variabel terhadap pengamatan yang dilakukan, dan terjadinya kesalahan dapat dilihat melalui hubungan yang sesuai dengan besarnya satu variabel maupun lebih sehingga kesalahan tersebut tidak random.

Metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode glejser, yang mana bertujuan untuk menguji ketidaksamaan varian residual yang tidak konstan. Dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$ .<sup>25</sup>

#### **d. Uji Linearitas**

Uji linearitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bersifat linier atau tidak. Uji linearitas dimaksudkan untuk menguji linier atau tidaknya data yang dianalisis.<sup>26</sup> Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian dengan SPSS IBM 21 menggunakan metode *Lagrange Multiplier (LM Test)* dengan melihat *Chi Square* Hitung  $<$  *Chi Square* Tabel maka dapat dinyatakan persamaan tersebut linier.

## **2. Analisis Regresi Linier Berganda**

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Metode regresi linier berganda merupakan satu metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Suprianto (1991) berpendapat bahwa regresi linier sederhana bertujuan untuk memperkirakan besarnya efek kuantitatif dari perubahan suatu

---

<sup>25</sup>Lina Asmara Wati dan Mimit Primyastanto, *Ekonomi Produksi Perikanan dan Kelautan Modern*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2018), hlm. 122.

<sup>26</sup>Sudjana, *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi bagi Peneliti*, (Bandung: Tarsito, 2003), hlm. 331

kejadian terhadap kejadian lain.<sup>27</sup> Metode persamaan regresi linier berganda tersebut sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

**Keterangan:**

- Y = Loyalitas nasabah
- a = Nilai konstan
- b<sub>1</sub> = Koefisien *relationship marketing*
- b<sub>2</sub> = Koefisien *service excellence*
- X<sub>1</sub> = *Relationship marketing*
- X<sub>2</sub> = *Service excellence*
- e = Standar error

**3. Uji Hipotesis**

**a. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Kuncoro (2013) berpendapat bahwa Uji koefisien determinasi atau uji R<sup>2</sup> dapat digunakan untuk melakukan pengukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat, oleh karena itu Uji koefisien determinasi atau uji R<sup>2</sup> merupakan ukuran yang sangat penting dalam regresi. Nilai koefisien yang terdapat pada uji R<sup>2</sup> adalah rentang di angka 0 atau 1. Apabila nilai koefisien mendekati pada angka 1 maka kemampuan variabel bebas terhadap kemampuan terikat semakin kuat, begitupun sebaliknya apabila koefisien mendekati pada angka 0 maka kemampuan variabel bebas terhadap kemampuan terikat terbatas.<sup>28</sup>

**b. Uji Simultan (F)**

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *relationship marketing* dan *service excellence* secara bersama – bersama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Uji simultan (F)

---

<sup>27</sup> Muzanip Alperi, *Statistika Pendidikan Lanjutan*, (Bengkulu: Penerbit Vanda, 2017), hlm. 50.

<sup>28</sup>Elok Berliana Harvanti, “*Analisis Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BSM*”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Skripsi, 2017, hlm. 58.

ini dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel terhadap tingkat kepercayaan agar bisa melihat pengaruh signifikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Untuk mengambil keputusan terhadap pengujian simultan ini adalah sebagai berikut :<sup>29</sup>

1. Apabila  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  atau nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
2. Apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

**c. Uji Parsial (Uji T)**

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *relationship marketing* dan *service excellence* secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Untuk mengambil keputusan terhadap pengujian ini adalah sebagai berikut :<sup>30</sup>

1. Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
2. Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

---

<sup>29</sup>Ibid, hlm. 63.

<sup>30</sup>Umar Sekaran & Roger Bougie, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hlm. 170.