

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Survei penelitian dilakukan pada salah satu Bank Umum Syariah yaitu di Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Palembang yaitu mengenai Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Dengan Kepercayaan Sebagai variabel Mediasi.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Palembang yang berada di Jalan Jendral Sudirman KM.3,5. Kelurahan 20 Ilir. Kecamatan Ilir Timur 1. Kota Palembang, Sumatera Selatan 30126.

#### **C. Jenis Dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Didalam penelitian ini jenis data yang digunakan oleh peneliti ialah data kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya akan berbentuk angka. Menurut Kasilam Wiratna,<sup>66</sup> penelitian kuantitatif adalah proses pencarian pengetahuan yang menggunakan data berupa angka-angka sebagai alat untuk menganalisis informasi tentang apa yang ingin diketahui.

---

<sup>66</sup>V WiratnaSujarweni. 2015. MetodologiPenelitianBisnisIdanlEkonomi.IYogyakarta : PustakalbarulPress. Hlm. 39.d

## **2. Sumber Data**

### **a. Data Primer**

Data primer diperoleh dari *survey* atau tanggapan responden *survey* terhadap pertanyaan yang diberikan kepada nasabah Bank BNI Syariah KCP Demang Lebar Daun Palembang.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya<sup>67</sup>. Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal dan sumber kedua yang lainnya.

## **D. Populasi Dan Sampel**

### **a. Populasi**

Populasi adalah sekumpulan objek/subyek yang digeneralisasikan dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk menyelidiki dan menarik kesimpulan. Dalam Survei Ini, populasi terdiri dari nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Sudirman Palembang dari tahun 2015 hingga 2020, dengan total 23.964 nasabah.

---

<sup>67</sup>V Wiratna Sujarweni. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta : PustakabaruPress. Hlm. 89.

## b. Sampel

Penentu sampel pada penelitian ini menggunakan Rumus *Slovin* untuk mengetahui berapa jumlah nasabah yang ditentukan untuk menjadi sampel, berikut rumusnya:

$$S = \frac{P}{(P \cdot e^2) + 1}$$

Dimana :

S = Sampel

P = Populasi

$e$  = *error* atau tingkat kesalahan yang di yakini

Diketahui jumlah populasi Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Palembang 23.964 nasabah, maka jumlah sampel yang dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} S &= \frac{P}{(P \cdot e^2) + 1} \\ &= \frac{23.964}{(23.964)(0,01)+1} \\ &= \frac{23.964}{240,64} = 99,6 = 100 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, survei ini membutuhkan sampel 100 nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Palembang yang mewakili 23.96 nasabah tabungan. Alasan menggunakan kesalahan 10% karena adanya waktu yang terbatas pada saat melakukan penelitian. Teknik yang digunakan dalam

penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode pengambilan *purposive sampling* adalah metode yang memiliki pertimbangan khusus untuk membuatnya tersedia sebagai sampel. Adapun syarat sampel yang diambil dalam survei ialah dengan berikut:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Palembang yang sudah menjadi nasabah minimal 1th.
2. Minimal usia responden 17<sup>th</sup>.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam survey ini adalah sebuah angket/kuesioner. Kuesioner atau angket adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan dan menanggapi serangkaian pernyataan tertulis kepada responden. Dalam survey ini, responden yang dipilih adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Palembang. Kuesioner didalam penelitian ini menggunakan skala likert's yang digunakan untuk mengukur sebuah tanggapan atau sebuah respons seseorang tentang objek social. Dengan alternative jawaban antara lain sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

<b>Kriteria</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: data diolah peneliti 2021

#### **F. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat objek yang didefinisikan dan dapat diamati.<sup>68</sup> Dalam penelitian ini variabel penelitian dan pengukuran variabel adalah sebagai berikut:

##### **1. Kepuasan Nasabah**

Kepuasan Konsumen menurut Kotler, didefinisikan sebagai suatu keadaan yang dimana adanya sebuah harapan yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu produk yang sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

Indikator yang digunakan didalam penelitian ini adalah:

---

<sup>68</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm 115.

- a. Tingkat kepuasan yang diharapkan konsumen terpenuhi
  - b. Puas dengan produk yang disediakan
  - c. Puas dengan fasilitas yang ada
  - d. Puas terhadap keseluruhan yang ada
2. Loyalitas Nasabah

Menurut Oliver, loyalitas adalah kemampuan pelanggan setia untuk terus berlangganan kembali atau menebus dengan memilih produk atau jasa di masa depan, bahkan ketika dampak keadaan atau kegiatan pemasaran dapat mengakibatkan perubahan perilaku. Ini adalah komitmen.

Indikator didalam penelitian ini ialah:

- 1) Melakukan transaksi terus-menerus
- 2) Merekomendasikan kepada orang lain
- 3) Menjadikan pilihan utama

3. Kepercayaan

Menurut Mowen dan Minor, kepercayaan konsumen adalah jumlah total pengetahuan yang dimiliki konsumen, dan semua kesimpulan yang ditarik konsumen tentang objek, atribut, dan manfaat. Indikator yang digunakan didalam penelitian ini yaitu:

- 1) Reputasi
- 2) Memberikan jaminan kepada pengguna produk
- 3) Dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen
- 4) Terus melakukan inovasi produk

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Sub indikator	skala
Kepuasan nasabah (X)	Kotler Perasaan senang atau kecewa Seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. (Etta mamang dan sopiah, 2013)	a. Layanan	1. Ketepatan waktu saat melayani nasabah 2. Fasilitas layanan yang baik	Likert
		b. Produk	1. Selalu memberikan produk baru 2. Produk berinovasi	
		c. Perusahaan	1. Produk yang diberikan perusahaan memuaskan 2. Melampaui harapan	
Loyalitas (Y)	Oliver, Loyalitas Adalah upaya pelanggan yang mendalam dan bertahan lama untuk terus berlangganan kembali atau menebus produk atau layanan yang dipilih di masa mendatang.. (Heri Setiawan, 2016)	a. <i>Repeat purpose</i>	1. Melakukan transaksi terus menerus 2. Nasabah setia dengan produk perusahaan	Likert
		b. <i>Retention</i>	1. pelanggan tidak tertarik memakai provider lain 2. pelanggan tidak memperdulikan kekurangan dari perusahaan	
		c. <i>referrals</i>	1. merekomendasikan kepada orang lain 2. menjadikan provider ini pilihan utama	
Kepercayaan (M)	Mowen dan minor, keyakinan akan kehandalan dan keyakinan partner dan proses transaksi. (Etta mamang dan Sopiah, 2013)	a. pelayanan petugas bank	1. layanan sesuai harapan 2. layanan berkualitas	Likert
		b. fasilitas bank	1. sesuai dengan keinginan 2. fasilitas memadai	
		c. percaya terhadap bank	1. kepuasan 2. handal	

## **G. Variabel Penelitian**

Variabel pencarian adalah atribut atau objek yang mewakili variasi tertentu antara satu objek dengan objek lainnya, yang ditentukan oleh peneliti untuk menyelidiki dan menarik sebuah kesimpulan. Variabel Yang digunakan didalam penelitian ini adalah antara lain ialah:

### **1. Variabel Bebas**

Variabel bebas atau variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau memicu perubahan atau terjadinya variabel terikat. Variabel bebas atau independent (X) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (X1).

### **2. Variabel Dependent**

Variabel terikat atau dependent (Y) adalah variabel yang mempengaruhi atau mengarah pada hasil Mandiri. Dalam penelitian ini variabel terikat atau dependent variable (Y) adalah loyalitas pelanggan.

### **3. Variabel Antara (Mediasi)**

Variabel antara atau variabel antara adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang bersifat tidak langsung dan tidak dapat diamati atau diukur. Adanya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang tergantung pada keberadaan variabel ini dikarena adanya variabel bebas harus terlebih dahulu mempengaruhi variabel perantara. Oleh karena itu, variabel perantara ini dapat menyebabkan efek samping. Ubah variabel terikat. Variabel perantara dalam penelitian ini adalah Kepercayaan (M).



## H. Instrumen Penelitian

### 1) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan tingkat keandalan dan validitas dari suatu alat pengukur. Validitas digunakan untuk menentukan sebuah kelayakan dalam daftar (konstruksi) dalam definisi variabel.<sup>69</sup> Lebih tepatnya uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel bernilai positif dengan tingkat signifikan 5% maka pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid, begitupun sebaliknya.

### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil dari ukuran pencarian dapat diandalkan atau dapat diandalkan. Tes reliabilitas instrumen dapat dilihat dari nilai Alpha Cronbach dalam setiap variabel. Cronbach-Alpha digunakan untuk menentukan keandalan konstan dari potensi inter counter/ menguji konsistensi responden untuk menjawab semua item. Dikatakan Bahwa alat ukur dapat diandalkan jika setiap variabel memiliki alpha-

---

<sup>69</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung:Alfabeta, 2014), hlm 89.

cronbach lebih besar dari 0,60<sup>70</sup>. Konsistensi sebagai respons dapat terjadi, karena perbedaan persepsi responden atau kurangnya pemahaman responden yang terjadi ketika mereka memenuhi saat menjawab semua pertanyaan yang ada.

**Tabel 3.3**

**Pedoman untuk Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi<sup>71</sup>**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

### **I. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif. Analisis data merupakan kegiatan menganalisis data setelah data hasil jawaban kuesioner dari responden terkumpul. Data tersebut lalu diklasifikasikan

---

<sup>70</sup>Imam Ghozali dalam Dina Amanda, "Pengujian Kepuasan sebagai Variabel Intervening antara Pengaruh Kepercayaan dan Atribut Produk Tabungan Batara iB terhadap Loyalitas Nasabah", Skripsi, (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017), hlm 58.

<sup>71</sup>*Ibid*, hlm 59.

dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk memudahkan dalam menganalisisnya dengan bantuan program SPSS.

## 1. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya yang jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga.

Salah satu cara untuk melihat normal atau tidaknya sebaran data adalah dengan melihat grafik histogram dan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.<sup>72</sup> Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram dari residualnya. Dikatakan memenuhi asumsi normalitas jika datanya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis menunjukkan pola distribusi normal, begitupun sebaliknya tidak memenuhi asumsi normalitas jika datanya menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengubah arah garis diagonal maka tidak menunjukkan pola distribusi normal.

---

<sup>72</sup>Dina amanda, "Pengujian Kepuasa Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Kepercayaan dan Atribut Produk Tabungan Batara IB Terhadap Loyalitas Nasabah ".Skripsi (Palembang: UIN Raden Fatah , 2017), hlm 60.

Uji normal dengan grafik dapat menyesatkan jika tidak memperhatikan, tampaknya normal, bahkan jika secara statistik sebaliknya. Dianjurkan untuk menghitung tes distributor normal dengan uji statistik Kolmogorov-smirnov (KS). Data dikatakan normal jika nilai signifikan  $> 0,05$  begitupun sebaliknya.

Hipotesis yang dikemukakan:

$H_0$  = data residual berdistribusi normal (*Asymp. Sig*  $> 0,05$ )

$H_a$  = data residual berdistribusi tidak normal (*Asymp. Sig*  $< 0,05$ )

b. Uji Linieritas

Uji linieritas ini dapat digunakan untuk untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear.<sup>73</sup> Uji linieritas ini dilakukan dengan menggunakan garis regresi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria yang digunakan yaitu jika F hitung  $>$  F tabel berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat tidak linier, sebaliknya jika F hitung  $<$  F tabel berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.<sup>74</sup> Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel

---

<sup>73</sup>M. Fauzul Hakim, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Speedy PT. Telkom Yogyakarta)”, Skripsi (Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta, 2015) hlm 47.

<sup>74</sup>*Ibid*, hlm 47.

bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Untuk mendeteksinya, yaitu dengan cara menganalisis nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factors*). Dikatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai *tolerance* lebih besar dari 1 dan VIF lebih kecil dari 10.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi di mana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain.<sup>75</sup> Jika *variance* dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas. Model regresi yang baik biasanya adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas

Cara mendeteksinya adalah dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antar SRESID dan ZPRED. Analisis heteroskedastisitas dengan cara sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas

---

<sup>75</sup>Syofian Siregar, “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm 242”

2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

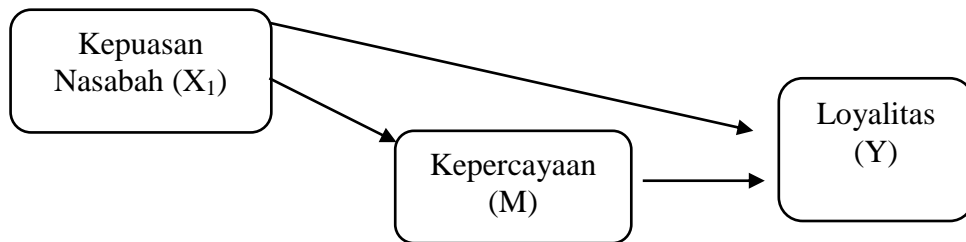
## 2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pengujian yang dilakukan untuk menguji suatu pengaruh variabel intervening. Menurut Robert D. Rutherford, analisis rute adalah teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi lebih besar ketika variabel independen pada variabel dependen tidak hanya, tetapi juga secara tidak langsung berkaitan. Meskipun noor analisis rute adalah hubungan antara hubungan / pengaruh antara variabel independen, variabel penengah dan variabel dependen Jalan analisis lintasan penelitian ini juga dapat dilakukan oleh sebuah aplikasi berupa SPSS 21. Manurung menjelaskan bahwa tahapan analisis jalur dapat dilakukan sebagai berikut:

Langkah pertama dalam analisis jalur adalah merancang diagram jalur sesuai dengan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian. Model diagram jalur dibuat berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, yaitu Kepuasan Nasabah ( $X_1$ ), Kepercayaan (M), dan Loyalitas Nasabah (Y).

Berdasarkan judul penelitian maka model analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 3.1**  
**Diagram Jalur Pengaruh Kepuasan Nasabah (X<sub>1</sub>)**  
**terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepercayaan (M) sebagai Variabel**  
**Mediasi.**



Langkah kedua menentukan persamaan structural sebagai berikut :

$$M (\text{KEPERCAYAAN}) = \beta \text{KEPUASAN NASABAH} + e_1$$

(Persamaan Struktural 1)

$$Y (\text{LOYALITAS}) = \beta \text{KEPUASAN NASABAH} + \beta \text{KEPERCAYAAN} + e_1$$

(Persamaan Struktural 2)

Langkah III

Menganalisis dengan menggunakan SPSS 21, seperti langkah berikut ini.

Analisis ini terdiri dari dua langkah, yaitu analisis untuk substruktural 1 dan substruktural 2.

**a. Analisis Substruktural I**

$$M (\text{KEPERCAYAAN}) = \beta \text{KEPUASAN NASABAH} + e_1$$

a. Tahap Menghitung Persamaan Regresi

Implementasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dan menentukan persamaan struktural berdasarkan diagram jalur yang ditentukan.

## b. Analisis Regresi

Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua. Yang pertama untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan yang kedua untuk mengetahui secara parsial.

### 1) Mengetahui pengaruh kepuasan nasabah secara simultan terhadap *trust*.

Untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap *trust* secara simultan adalah dari hasil perhitungan dalam model summary, khususnya angka R square yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan nasabah terhadap *trust* dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) menggunakan rumus:

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

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan atau disimbolkan angka F. Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara:

1. Membandingkan besarnya angka F-hitung dengan F-tabel
  - a) Menghitung F-hitung
  - b) Menghitung F-tabel dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan derajat kesalahan (dk) dengan ketentuan numerator (jumlah variabel-1) dan denominator (jumlah kasus-4)
  - c) Menentukan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:
    - 1) Apabila nilai F-hitung < F-tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima
    - 2) Apabila nilai F-hitung > F-tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak



3) Mengambil keputusan

2. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig) dengan 0,05.

a) Jika sig. penelitian < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima

b) Jika sig. penelitian > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak

2) Mengetahui pengaruh kepuasan nasabah secara parsial terhadap *trust*

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan nasabah terhadap kepercayaan digunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient*. Langkah-langkah analisis dapat dilakukan dengan cara:

1. Menentukan hipotesis

2. Mengetahui besarnya angka t-hitung

3. Menghitung besarnya angka t-tabel dengan ketentuan taraf signifikansi 0,05

4. Menentukan kriteria uji hipotesis

5. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig) dengan signifikansi 0,05, kriteria sebagai berikut:

a) Jika sig. penelitian < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima

b) Jika sig. penelitian > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

3. Membuat keputusan

b. Analisis Substruktural II

$$Y (\text{LOYALITAS}) = \beta \text{KEPUASAN NASABAH} + \beta \text{KEPERCAYAAN} + e_1$$

4. Tahap menghitung persamaan regresi

Implementasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dan menentukan persamaan struktural berdasarkan diagram jalur yang ditentukan

## 5. Analisis Regresi

Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua. Yang pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan kedua mengetahui pengaruh secara parsial.

1) Mengetahui pengaruh kepercayaan, atribut produk, kepuasan secara simultan terhadap loyalitas

Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah, kepercayaan terhadap loyalitas secara simultan adalah dari hasil perhitungan dalam model summary, khususnya angka R square yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan nasabah, dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) menggunakan rumus:

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

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan angka F. Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara:

6. Membandingkan besarnya angka F-hitung dengan F-tabel

a) Menghitung F-hitung

- b) Menghitung F-tabel dengan ketentuan: taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan numerator (jumlah variabel-1) dan denominator (jumlah kasus-4)
  - c) Menentukan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:
    - i. Jika F-hitung < F-tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima
    - ii. Jika F-hitung > F-tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak
  - d) Mengambil keputusan
7. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig) dengan signifikansi (sig) dengan signifikansi 0,05.
- a) Jika sig. penelitian < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
  - b) Jika sig. penelitian > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

2) Mengetahui pengaruh kepercayaan, atribut produk dan kepuasan secara parsial terhadap loyalitas

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan nasabah, dan kepercayaan terhadap loyalitas digunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient*.

Langkah-langkah analisis dapat dilakukan dengan cara:

- 8. Menentukan hipotesis
- 9. Mengetahui besarnya angka t-hitung
- 10. Menghitung besarnya angka t-tabel dengan ketentuan taraf signifikansi 0,05 dan  $dk = (n-2)$
- 11. Menentukan kriteria uji hipotesis

12. Membandingkan angka taraf signifikansi ( $\alpha$ ) dengan signifikansi 0,05, kriterianya sebagai berikut:

- a) Jika  $\alpha$  penelitian  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b) Jika  $\alpha$  penelitian  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

13. Membuat keputusan

## 2. Prosedur Analisis Variabel Mediasi atau Intervening (Versi Baron dan Kenny)

Analisis variabel mediasi Baron dan Kenny<sup>76</sup> yang lebih dikenal dengan *strategi causal step*, memiliki tiga persamaan regresi yang harus diestimasi, yaitu

- a. Persamaan regresi sederhana variabel mediator (M) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel mediator, jadi koefisien  $a \neq 0$
- b. Persamaan regresi sederhana variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen harus signifikan mempengaruhi variabel, jadi  $c \neq 0$
- c. Persamaan regresi berganda variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) dan mediator (M) yang diharapkan variabel mediator signifikan mempengaruhi variabel dependen, jadi  $b \neq 0$ . Mediasi terjadi jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lebih rendah pada persamaan ketiga ( $c'$ ) dibandingkan pada persamaan kedua ( $c$ ).

---

<sup>76</sup>Baron dan Kenny dalam Dina Amanda, "Pengujian Kepuasan sebagai Variabel Intervening antara Pengaruh Kepercayaan dan Atribut Produk Tabungan Batara iB terhadap Loyalitas Nasabah", Skripsi, (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017), hlm 70.

Sebenarnya koefisien a dan b yang signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya mediasi, meskipun c tidak signifikan. Sehingga tahap esensial dalam pengujian emosional adalah step 1 dan step 3. Jadi (1) variabel independen mempengaruhi mediator dan (2) mediator mempengaruhi dependen meskipun independen tidak mempengaruhi dependen. Nilai step 1 dan step 3 terpenuhi dan koefisien c tidak signifikan ( $c = 0$ ) maka terjadi *perfect* atau *complete* atau *full mediation*. Bila koefisien  $c'$  berkurang namun tetap signifikan ( $c' \neq 0$ ) maka dinyatakan terjadi *partial mediation*.

Ada tiga model analisis yang melibatkan variabel mediator, yaitu sebagai berikut:

- a. *Perfect* atau *Complete* atau *Full Mediation*, artinya variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel dependen tanpa melalui variabel mediator
- b. *Partial Mediation*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel mediator
- c. *Unmediated*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediator.

Baron dan Kenny menjelaskan prosedur analisis variabel mediator secara sederhana melalui analisis regresi. Kita dapat melakukan analisis regresi sebanyak empat kali.

a. X memprediksi Y

Analisis regresi ini akan menghasilkan nilai estimator prediktor (di SPSS simbolnya juga B). Kita namakan nilai ini dengan rumus jalur-c. Jalur ini nilainya diharapkan signifikan ( $P < \alpha = 0,05$ ).

b. X memprediksi M

Analisis regresi ini akan menghasilkan nilai estimator prediktor (di SPSS simbolnya juga B). Kita namakan nilai ini dengan rumus jalur-a. Jalur ini nilainya diharapkan juga signifikan ( $P < \alpha = 0,05$ ).

c. M memprediksi Y

Sekarang kita menganalisis efek M dan X terhadap Y. Masukkan X dan M sebagai prediktor terhadap Y. Analisis regresi ini akan menghasilkan dua nilai estimasi prediktor dan M dan X. Prediksi nilai M terhadap Y dinamakan jalur-b, sedangkan prediksi nilai M terhadap Y dinamakan jalur-c' nilainya diharapkan tidak signifikan.

Jadi empat tahapan prosedur analisisnya, yaitu:

1. Mengestimasi jalur-c : meregresi Y dengan X sebagai prediktor
2. Mengestimasi jalur-a : meregresi M dengan X sebagai prediktor
3. Mengestimasi jalur-b : meregresi Y dengan M sebagai prediktor
4. Mengestimasi jalur-c' : meregresi Y dengan X dan M sebagai prediktor

Intinya menurut baron dan kenny, sebuah variabel dapat dikatakan menjadi mediator jika hasilnya:

- a. Jalur-c : signifikan
- b. Jalur-a : signifikan
- c. Jalur-b : signifikan
- d. Jalur-c' : signifikan

#### 4. Perhitungan Pengaruh

##### a. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

- 1) Pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap *trust*

$$X1 \longrightarrow M$$

- 2) Pengaruh variabel *trust* terhadap loyalitas

$$M \longrightarrow Y$$

- 3) Pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas

$$X1 \longrightarrow Y$$

##### b. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

- 1) Pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas melalui *trust*

$$X1 \longrightarrow M \longrightarrow Y$$

##### c. Pengaruh Total (*Total Effect*)

- 1) Pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas melalui kepercayaan

$$X1 \longrightarrow M \longrightarrow Y$$