

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif sendiri yaitu metode yang data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>1</sup> Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memeniliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data dan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah di tetapkan.<sup>2</sup> Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh pemasaran relasional dan nisbah bagi hasil terhadap loyalitas anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung.

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengentahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 13

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta. 1999), hlm. 13

Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.<sup>3</sup> Dalam judul penelitian ini, menjelaskan mengenai pengaruh pemasaran relasional dan nisbah bagi hasil terhadap loyalitas anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung.

## **B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalitas yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>4</sup> Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa anggota di BMT Pahlawan Tulungagung. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan jumlah anggota produk tabungan pada BMT Pahlawan Bulan Desember tahun 2017 yaitu mencapai 12.353 nasabah.

### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>5</sup> Penelitian sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi yang menggunakan cara-cara tertentu. Menurut Supardi sampel yaitu bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai wakil

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 14

<sup>4</sup> *ibid.*, hlm. 117

<sup>5</sup> *ibid.*, hlm. 118

dari para anggota populasi.<sup>6</sup> Sampel dalam penelitian ini adalah anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung. Dalam penetapan sampel yaitu dengan menggunakan metode Slovin yakni:<sup>7</sup>

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

Dimana:

N = jumlah populasi (ukuran sampel)

n = jumlah sampel

e = presentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir.

Berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel dari populasi sebanyak:

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

$$n = \frac{12.353}{1+12.353.(0,05)^2}$$

$$n = \frac{12.353}{1+12.353 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{12.353}{31,8825}$$

---

<sup>6</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm 103

<sup>7</sup> Burhan Magin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 110

$$n = 387,4$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dengan menggunakan taraf kesalahan 5% maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 387,4, namun karena subjek buka bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 387 responden.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel.<sup>8</sup> Menurut Supardi, teknik *sampling* adalah suatu cara atau teknik yang dipergunakan untuk menentukan sampel penelitian. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *probability sampling*.<sup>9</sup> *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.<sup>10</sup> Teknik ini sering juga disebut dengan *simple random sampling*.<sup>11</sup> Dikataka *simple random sampling* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.<sup>12</sup> Penarikan sampel secara acak sederhana merupakan sebuah metode untuk memilih anggota sampel dari sebuah populasi yang mempunyai kesempatan sama untuk

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 118

<sup>9</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, ..., hlm 107

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 120

<sup>11</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, ..., hlm 107

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 120

menjadi anggota sampel, tidak terdapat perbedaan terhadap anggota populasi.<sup>13</sup>

### C. Sumber Data, Variabel dan dan Skala Pengukuran

#### 1. Sumber Data

Data pada penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>14</sup> Data yang dimaksud disini yaitu jumlah anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung. Jenis data dalam penelitian ini merupakan jenis data yang diperoleh menurut sumbernya, yaitu data primer. Data primer sendiri adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.<sup>15</sup> Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil angket yang disebarkan pada responden anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung. Data-data primer tersebut merupakan data tanggapan responden mengenai pengaruh pemasaran relasional dan nisbah bagi hasil terhadap loyalitas nasabah penabung di BMT Pahlawan Tulungagung.

#### 2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh

---

<sup>13</sup> Masyhuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Malang: Genius Media, 2014) hlm. 151

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 13

<sup>15</sup> J. Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 10

informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang yang lain atau dengan satu objek dengan objek yang lainnya. Variabel juga merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.<sup>16</sup>

a. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>17</sup> Variabel independen dalam penelitian ini adalah pemasaran relasional dan nisbah bagi hasil.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut variabel output, criteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>18</sup> Dalam penelitian ini variabel dependen adalah loyalitas anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, ..., hlm. 20

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 61

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, ..., hlm. 61

akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>19</sup> Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert sendiri digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>20</sup> Dalam hal ini, yang dimaksud adalah mengenai sikap, pendapat, dan persepsi pemasaran relasional dan nisbah bagi hasil terhadap loyalitas anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung. Skala likert berisi pertanyaan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu.<sup>21</sup> Skala likert dalam penelitian ini terdiri dari angka 1 sampai 5, dengan tingkat nilai jawaban sebagai berikut:

STS = Sangat tidak setuju

TS = Tidak setuju

RR = Ragu-ragu

S = Setuju

ST = Sangat setuju

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan *reliabel*, metode yang di gunakan antara lain:

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 133

<sup>20</sup> *ibid.*, hlm. 134

<sup>21</sup> Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 110

a. Metode Kuesioner (Angket)

Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>22</sup> Tipe dan bentuk pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe dan bentuk pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternative jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia.<sup>23</sup> Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan bertujuan untuk mengungkap pengaruh pemasaran relasional dan nisbah bagi hasil terhadap loyalitas anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung.

b. Teknik Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.<sup>24</sup> Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan yaitu langsung ke lokasi penelitian yaitu pada BMT Pahlawan Tulungagung untuk memperoleh data tentang penerapan pemasaran relasional dan pembagian nisbah bagi hasil yang dilakukan antara pihak BMT Pahlawan Tulungagung dan anggota produk tabungan.

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 199

<sup>23</sup> S. Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm.167

<sup>24</sup> Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Askara, 2006), hlm.58



### c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu metode mencari data tentang variabel yang berupa catatan, transaksi, buku-buku, surat-surat kabar, notulen rapat dan sebagainya.<sup>25</sup> Dalam hal ini metode dokumentasi dilakukan untuk mengetahui jumlah anggota yang memilih produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung.

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Jumlah instrument penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti.<sup>26</sup> Disini alat yang digunakan yaitu metode dokumentasi. Metode dokumentasi yaitu metode mencari data tentang variabel yang berupa catatan, transaksi, buku-buku, surat-surat kabar, notulen rapat dan sebagainya.<sup>27</sup> Dalam hal ini metode dokumentasi dilakukan untuk mengetahui kumlah nasabah, dan profil lembaga BMT yang diamati.

Selain menggunakan metode dokumentasi, dalam penelitian ini juga menggunakan metode kuesioner (angket). Angket digunakan untuk mendapatkan keterangan dari sampel atau sumber yang beraneka ragam yang lokasinya sering tersebar di daerah yang luas, nasional ada kalanya internasional. Peneliti rasanya tidak mungkin untuk bertemu muka secara

---

<sup>25</sup> Suharsini Harikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), hlm 131

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 135

<sup>27</sup> Suharsini Harikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, ..., hlm 131

pribadi dengan semua responden karena alasan biaya dan waktu.<sup>28</sup> Penyesunan instrumen penelitian adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut selanjutnya ditentukan indikator yang diukur. Dari indikator itu kemudian dijabarkan menjadi butiran-butiran pertanyaan atau pernyataan. Berikut kisi-kisi instrumen yang akan dibagikan kepada responden:

Tabel 3.1  
Instrumen Penelitian

Variabel	Sumber	Indikator	Pernyataan	Nomor Item
Pemasaran Relasional (X1)	Fandi Tjiptono, <i>Pemasaran Jasa</i> , Sleman: Bayumedia Publishing, 2011	Ikatan Keuangan	Bagi saya pembagian keuntungan nisbah bagi hasil di BMT Pahlawan Tulungagung lebih tinggi	X1.1.1
		Ikatan Sosial	Di BMT Pahlawan Tulungagung saya diperlakukan layaknya seperti anggota keluarga	X1.1.2
		Karyawan BMT Pahlawan Tulungagung selalu memberi respon yang	X1.2.3	

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 199

			ramah dan sopan kepada saya	
			Karyawan BMT Pahlawan Tulungagung selalu memberi pelayanan secara intensif kepada saya	X1.2.4
		Ikatan Struktural	Saya dapat meminta bantuan menyelesaikan permasalahan melalui media telepon	X1.3.5
Nisbah Bagi Hasil (X2)	Binti Nur Asiyah, <i>Manajemen Pembiayaan Bank Syariah,</i> Yogyakarta: Teras, 2014	Prosentase	Nisbah bagi hasil tabungan saya ditentukan dalam bentuk prosentase	X2.1.6
		Bagi Untung Bagi Rugi	Besarnya pembagian bagi hasil yang saya dapatkan berdasarkan keuntungan yang diperoleh BMT Pahlawan Tulungagung	X2.2.7
			Jumlah pembagian bagi hasil saya meningkat sesuai	X2.2.8

			dengan peningkatan jumlah keuntungan yang diperoleh BMT Pahlawan Tulungagung	
		Besaran Nisbah	Penentuan bagi hasil berdasarkan kesepakatan antara saya dengan BMT Pahlawan Tulungagung	X2.3.9
			Bagi saya nisbah bagi hasil BMT Pahlawan Tulungagung lebih menguntungkan	X2.3.10
Loyalitas (Y)	Jill Griffin, <i>Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan</i> , Jakarta: Erlangga, 2005	Melakukan pembelian secara berulang dan teratur	Saya melakukan penghimpunan dana di BMT Pahlawan Tulungagung setiap bulan	Y.1.11
		Membeli antar lini produk dan jasa	Saya bersedia menggunakan produk tabungan lainnya di BMT Pahlawan Tulungagung	Y.2.12
		Mereferensikan kepada orang lain	Saya bersedia merekomendasikan	Y.3.13

			orang lain untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung	
			Saya memberitahukan informasi yang positif tentang BMT Pahlawan Tulungagung	Y.3.14
		Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing	Saya lebih tertarik menggunakan produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung dibandingkan dengan Lembaga Keuangan Syariah lain	Y.4.15

## E. Teknik Analisa Data

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dari penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut valid atau tidak.<sup>29</sup> Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam

---

<sup>29</sup> Anton Bawono, *Multivariate Analysis Dengan SPSS*, (Salatiga: STAIN Press, 2006), hlm. 121

melakukan fungsi ukurnya.<sup>30</sup> Validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item dan instrument (bisa pertanyaan maupun pernyataan) benar-benar mampu mengungkap variabel yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:<sup>31</sup>

$$r_{xy} = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{\sqrt{\{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\} \{n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien validitas

n = Banyaknya responden

x = Skor item

y = Skor total

Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Apabila r hitung > r tabel (pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ ), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid. Apabila r hitung < r tabel

---

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 173

<sup>31</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 77

(pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ ), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.<sup>32</sup>

#### b. Uji Realibilitas

Uji reabilitas adalah menguji data yang diperoleh sebagai hasil dari jawaban *questioner* yang dipakai.<sup>33</sup> Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama.<sup>34</sup> Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 s.d 0,20, maka kurang reliabel
- 2) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,021 s.d 0,40, maka agak reliabel
- 3) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 s.d 0,60, maka cukup reliabel
- 4) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 s.d 0,80, maka reliabel
- 5) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 s.d 1.00 berarti sangat reliabel.<sup>35</sup>

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan

---

<sup>32</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: Andi, 2012) hlm. 167

<sup>33</sup> Anton Bawono, *Multivariate Analysis Dengan SPSS*, ..., hlm. 122

<sup>34</sup> Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 87

<sup>35</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2007), hlm. 91

analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.<sup>36</sup> Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*. Kriteria dari *Kolmogorov-Smirnov* antara lain:

- 1) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$  distribusi data tidak normal.
- 2) Nilai Sig. atau signifikan atau nilai propabilitas  $> 0,05$  distribusi data adalah normal.<sup>37</sup>

### 3. Uji Instrumen Data

#### a. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas pada suatu model yang dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0

---

<sup>36</sup> Agus Irianto, *Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 272

<sup>37</sup> Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, ..., hlm. 153



3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja.<sup>38</sup>

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang bermakna antar masing-masing variabel bebas yang diteliti. Jika terjadi multikolinieritas maka kesalahan standar untuk masing-masing koefisien yang diduga semakin besar dan nilai t akan menjadi rendah. Akibat lainnya adalah akan sulit mendeteksi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantungnya.<sup>39</sup> Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi yang sempurna diantara variabel. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.<sup>40</sup>

4. Uji Hipotesis

a. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu

---

<sup>38</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2007), hlm. 73

<sup>39</sup> Sumanto, *Statistik Terapan*, (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2014), hlm. 165

<sup>40</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula*, ..., hlm. 73

variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Penerapan metode regresi linier berganda jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel terikat (*dependent*) Dalam regresi linier berganda terdapat asumsi klasik yang harus terpenuhi, yaitu residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas, dan tidak adanya heterokedastisitas pada model regresi.<sup>41</sup> Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_2 + \mu_t \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

- Y = Loyalitas Nasabah  
 $\alpha$  = *Intercept*  
 $\beta_{1-2}$  = Koefisien  
 $X_1$  = Pemasaran Relasional  
 $X_2$  = Nisbah Bagi Hasil  
 $\mu$  = *Error* atau sesatan

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh

---

<sup>41</sup> Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, ..., hlm. 405

secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.<sup>42</sup> Dalam hal ini ditujukan untuk menguji apakah secara parsial variabel pemasaran relasional dan nisbah bagi hasil berpengaruh terhadap loyalitas anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung Dasar pengambilan keputusan untuk uji t parsial berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ :

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Berdasarkan nilai signifikan hasil output SPSS:

- 1) Jika nilai sig.  $< 0,05$  maka variabel variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika nilai sig.  $> 0,05$  maka variabel variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).<sup>43</sup>

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.<sup>44</sup> Dalam hal ini ditujukan untuk menguji apakah secara parsial variabel pemasaran

---

<sup>42</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20, ...*, hlm. 139

<sup>43</sup> Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hal. 124

<sup>44</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20, ...*, hlm. 137

relasional dan nisbah bagi hasil berpengaruh terhadap loyalitas anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji F parsial berdasarkan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ :

- 1) Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel variabel terikat (Y).
- 2) Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas (X) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel variabel terikat (Y).

Berdasarkan nilai signifikan hasil output SPSS:

- 1) Jika nilai sig.  $< 0,05$  maka variabel variabel bebas (X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika nilai sig.  $> 0,05$  maka variabel variabel bebas (X) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).<sup>45</sup>

d. Koefisien Determinasi

*R Square* ( $R^2$ ) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini diubah ke dalam bentuk persen yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>46</sup> Dalam penelitian ini berarti berapa persen sumbangan variabel pemasaran relasional dan nisbah bagi hasil terhadap loyalitas anggota produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung.

---

<sup>45</sup> Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, ..., hal. 171

<sup>46</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, ..., hlm. 123