

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Metode berasal dari kata *methods* (Yunani) berarti cara atau jalan. Menyangkut dengan upaya ilmiah, metode dihubungkan dengan cara kerja, yaitu cara kerja untuk memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Metode penelitian adalah cara-cara yang digunakan oleh peneliti dalam mendekati objek yang diteliti, cara-cara tersebut merupakan pedoman bagi seorang peneliti dalam melaksanakan penelitian sehingga data dapat dikumpulkan secara efektif dan efisien guna dianalisis sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.<sup>59</sup>

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

Metode penelitian yang digunakan penulis yakni dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subyek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data).<sup>60</sup> Sugiyono

---

<sup>59</sup> Suharsini, Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hal. 3

<sup>60</sup> Puguh Suharso, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis, Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal. 3

menjelaskan bahwa disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>61</sup>

## **2. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang ditinjau dari analisis dengan menggunakan analisis asosiatif karena mempunyai hubungan kausal. Penelitian Asosisatif adalah penelitian yang memiliki tujuan agar dua variabel atau lebih dapat diketahui pengaruh atau hubungannya. Hubungan kausal adalah hubungan yang terjadi karena adanya sebab (pertama) dan akibat (kedua). Di penelitian ini terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Dengan variabel independennya adalah kepuasan, kepercayaan, citra merek dan pemasaran relasional. Sedangkan variabel dependennya yaitu loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

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

### **1. Populasi**

Populasi yaitu keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian dan sampel akan diambil dari populasi ini yang terdapat pada tempat penelitian.<sup>62</sup> Populasi yang diambil adalah seluruh nasabah Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung yang berjumlah 12.591 nasabah. Mengingat jumlah populasi cukup banyak, maka

---

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 7

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 58

dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel).

## 2. Teknik Sampling Penelitian

Teknik sampling yaitu teknik yang digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representasinya terhadap populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsure (nasabah) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis sampel yang digunakan yaitu dengan teknik sampel *random sampling*, dimana pengambilan sampel dari anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>63</sup>

## 3. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu.<sup>64</sup> Pengambilan sampel dengan menggunakan *insidental sampling*, karena teknik penentuan sampel ini berdasarkan kebetulan saja, yakni nasabah yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang nasabah yang kebetulan cocok ditemui itu cocok sebagai sumber data penelitian.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,...hal. 122

<sup>64</sup> Wijaya, Tony, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Teori dan Praktik)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 27

<sup>65</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 124

Jumlah penentuan sampel bergantung pada karakteristik dan jumlah populasi. Apabila jumlah populasi diketahui secara jelas jumlahnya maka dapat digunakan beberapa rumus. Rumus yang sering digunakan adalah rumus Slovin.<sup>66</sup>

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentase kelonggaran yang di tolerir/ taraf kesalahan

Menurut Arikunto mengatakan bahwa, “apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan populasi, tetapi jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil 10-15%.”<sup>67</sup>

Pada penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel dari populasi sebanyak:

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

$$n = \frac{12.591}{1 + 12.591(0,10^2)}$$

$$n = 100$$

---

<sup>66</sup> *Ibid.*, hal. 128

<sup>67</sup> Arukunto Suharsmi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 112

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dengan jumlah populasi 12.591 nasabah maka sampel dalam penelitian ini berjumlah (n) 100 responden.

## **C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya**

### **1. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dengan penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu:

- a. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>68</sup> Dalam penelitian ini diperoleh melalui angket/kuesioner yang disebar langsung kepada nasabah Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung. Kuesioner/angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada obyek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Kuesioner/angket dalam penelitian ini berisikan daftar pertanyaan mengenai gambaran umum tentang pengaruh kepuasan, kepercayaan, citra merek dan pemasaran relasional terhadap loyalitas nasabah di Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

- b. Data Sekunder

---

<sup>68</sup> Husein Umar, *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Ed 2*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 104

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau penelitian arsip yang memuat peristiwa masa lampau.<sup>69</sup> Data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, buku, data statistik maupun internet.

## 2. Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Menurut fungsinya dalam penelitian variabel dibagi menjadi dua yaitu:<sup>70</sup>

- a. Variabel independen (x), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya/terpengaruhnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kepuasan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), Citra Merek ( $X_3$ ) dan Pemasaran Relasional ( $X_4$ ).
- b. Variabel dependen (y), yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah “loyalitas nasabah” yang kemudian dalam penelitian ini disebut sebagai variabel (Y).

## 3. Skala Pengukuran

Pengukuran merupakan suatu proses hal mana suatu angka atau simbol didekatkan pada karakteristik atau properti suatu simulti sesuai dengan aturan atau prosedur yang telah ditetapkan. Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan

---

<sup>69</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Ilmu Ilmu Sosial Budaya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 119

<sup>70</sup> *Ibid.*, hal. 47-48

panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran bisa menghasilkan data kuantitatif.<sup>71</sup>

Penelitian ini menggunakan skala *likert* atau skala interval untuk melakukan pengukuran. Skala *likert* bisa dikatakan sebagai salah satu jenis pengukuran dimana angka-angka yang dikenakan memiliki suatu pengukuran standar dan jarak antar kategori dapat diketahui.<sup>72</sup> Dalam penelitian ini, skala penilaian yang digunakan adalah dapat dilihat pada gambar tabel:

#### Skala Likert

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

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

##### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti dalam mengetahui dan memperoleh informasi ataupun data kuantitatif dari para responden sesuai dengan lingkup penelitian. Di

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 105

<sup>72</sup> *Ibid.*, hal. 107

dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang nantinya diberikan dan diisi oleh responden dan juga dokumentasi.

a. Kuesioner/Angket

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang bersifat terbuka maupun tertutup yang harus dijawab oleh responden guna untuk mendapatkan informasi dari responden tentang pribadinya atau hal-hal yang responden ketahui.

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner, dapat dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis yang nanti akan di dijawab oleh responden. Tujuan pokok penyusunan kuesioner yaitu untuk memperoleh data yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>73</sup>

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan untuk pengambilan gambar oleh peneliti guna memperkuat hasil dari penelitian. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar ataupun karya-karya dari seseorang. Dokumentasi merupakan pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen serta laporan dari sumber yang terpercaya yang mengetahui tentang narasumber.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hal. 199

<sup>74</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 240

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, atau pengamatan atau daftar pertanyaan yang dipersiapkan untuk mendapatkan informasi dari responden.<sup>75</sup>

Instrumen atau alat yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner atau angket yang berisi daftar pertanyaan maupun pernyataan yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian dengan menggunakan skala *likert*. Angket atau kuesioner dibuat guna memperhatikan konsep atau teori yang sudah ada dan disesuaikan dengan studi kasus. Setelah jadi, kuesioner atau angket bisa disebar kepada responden.

Untuk mempermudah penyusunan instrumen penelitian, maka perlu digunakan “matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen”, yaitu sebagai berikut:

Variabel	Indikator	Referensi
Kepuasan (X <sub>1</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas produk, kondisi suatu produk/ jasa yang ditawarkan.</li> <li>- Harga, kaitannya dengan ini yakni keterjangkauan harga.</li> <li>- Kualitas pelayanan, kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, dan lingkungan yang memenuhi harapan nasabah.</li> <li>- Faktor emosi, perasaan senang bangga terhadap produk yang dibeli.</li> <li>- Kemudahan dalam</li> </ul>	Fandy Tjiptono, <i>Strategi Pemasaran</i> , 1997.

<sup>75</sup> W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), hal. 123

	pemakaian produk seperti transaksi.	
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keandalan, penguasaan pegawai dalam menawarkan produk.</li> <li>- Kejujuran, keterbukaan pegawai dan perusahaan.</li> <li>- Kepedulian, perhatian pegawai kepada nasabah.</li> <li>- Kredibilitas, dapat dipercaya nasabah.</li> </ul>	Siswanto dan Agus Sucipto, <i>Teori dan Perilaku Organisasi</i> , 2008.
Citra Merek (X <sub>3</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identitas Merek, ciri khas yang mudah dikenal nasabah.</li> <li>- Personalitas Merek, mendapat pelayanan yang baik.</li> <li>- Asosiasi Merek, penawaran produk menarik.</li> <li>- Sikap dan Perilaku Merek, pelayanan sesuai etika dan prosedur.</li> <li>- Manfaat dan Keunggulan Merek, memiliki kelebihan yang bermanfaat bagi nasabah.</li> </ul>	Anang Firmansyah, <i>Pemasaran Produk dan Merek: Planning &amp; Strategy</i> , 2019.
Pemasaran Relasional/ <i>Relationship Marketing</i> (X <sub>4</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepercayaan, konsisten dalam memberikan pelayanan.</li> <li>- Komitmen, memberi layanan konsultasi untuk nasabah.</li> <li>- Komunikasi, penyampaian informasi secara jelas.</li> <li>- Penanganan Konflik, membantu dalam menyelesaikan masalah/kendala.</li> </ul>	Fandy Tjiptono, <i>Strategi Pemasaran</i> , 2008.
Loyalitas Nasabah (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembelian Ulang, menggunakan produk/ jasa secara rutin.</li> <li>- Pembelian di luar lini/ produk, tidak tertarik dengan produk lain.</li> <li>- Rekomendasi, merekomendasikan produk/ jasa kepada keluarga/ saudara, dll.</li> <li>- Kekebalan daya tarik produk, hanya</li> </ul>	Hurriyati, <i>Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen</i> , 2005

	mempercayakan kepada perusahaan perbankan yang sama.	
--	--	--

## E. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan untuk mengolah dan memanfaatkan data sehingga data yang diperoleh dapat diketahui kebenaran dan juga ketidakbenaran melalui suatu hipotesis. Tujuan analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah untuk mencari makna data, melalui pengakuan subjek pelakunya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis serta menguji hipotesis yaitu sebagai berikut:

### 1. Uji Instrumen Data

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah proses pengukuran untuk menguji kecermatan butiran dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurannya, semakin kecil kesalahan, semakin valid alat ukurnya. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Menurut Puguh Suharso dalam bukunya mengemukakan bahwa uji validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan ukuran suatu instrumen terhadap konsep yang teliti. Suatu

instrumen adalah tepat untuk digunakan sebagai ukuran suatu konsep jika memiliki tingkat validitas yang tinggi dan sebaliknya.<sup>76</sup>

Uji validitas ini digunakan untuk menguji kevalidan instrumen penelitian. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur. Metode yang digunakan yaitu dengan korelasi produk momen. Jika nilai *corrected item-total correlation*  $>0,3$  maka seluruh item merupakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Reliabilitas pengukuran adalah hasil pengukuran yang dapat dipercayai. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai itu, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1.<sup>77</sup>

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Triton, jika skala di kelompokkan menjadi lima kelas dalam reng yang sama, maka ukuran kemantapan dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20 berarti kurang *reliable*
- 2) Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40 berarti agak *reliable*
- 3) Nilai *Alpha Cronbach* 0,42 s.d. 0,60 berarti cukup *reliable*

---

<sup>76</sup> Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks Permata Puri Media, 2009), hal. 89

<sup>77</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97

4) Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80 berarti *reliable*

5) Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat *reliable*

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data kontinu berdistribusi normal sehingga analisis validitas, reliabilitas, uji t, korelasi dan regresi dapat dilaksanakan.<sup>78</sup> Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik parametrik. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik non parametrik.

Untuk mendeteksi normalitas sebuah data dapat menggunakan pendekatan Kolmogrov-Smirnov yang dipadukan dengan kurva Normal *Q-Q Plots*. Ketentuan pengujian adalah jika probabilitas atau *Asym Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *Level Of Significat (a)* maka data berdistribusi normal. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Santoso dalam Sujianti, jika nilai sig >0,05 maka data berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk menghindari kebiasaan dalam proses

---

<sup>78</sup> Husaini Usman, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal. 10

pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIP yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelasan. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibat menurunkan nilai  $t$ .<sup>79</sup>

#### c. Uji Heteroskidastisitas

Heteroskidastisitas adalah keadaan diman terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskidastisitas.<sup>80</sup>

Homokedasitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar di bawah ataupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Sedangkan Heteroskidastisitas terjadi jika scattplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang.

---

<sup>79</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Putra Karya, 2009), hal. 79

<sup>80</sup> Duwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gaya Media, 2010), hal. 67

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda merupakan alat yang digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*).<sup>81</sup> Penelitian ini menggunakan satu variabel bebas (Y) dan dua variabel (X). Persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \dots + \beta_nX_n + e$$

Dimana:

Y = nilai hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat

$\alpha$  = bilangan konstanta sebagai titik potong

$\beta$  = koefisien regresi

X = variabel bebas

e = error

### 4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis koefisien regresi bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan cara menggunakan uji statistik, berikut uji statistiknya:

a. Uji T (t-Test)

---

<sup>81</sup>Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 405

Uji t disini digunakan untuk menguji secara parsial atau individual, pengaruh dari masing-masing variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Untuk mengetahui keandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah variabel *satisfaction* ( $X_1$ ), *trust* ( $X_2$ ), *brand image* ( $X_3$ ) dan *relationship marketing* ( $X_4$ ) terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung, signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

- 1) Apabila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya masing-masing *satisfaction*, *trust*, *brand image* dan *relationship marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.
- 2) Apabila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya masing-masing variabel *satisfaction*, *trust*, *brand image* dan *relationship marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

b. Uji F (f-Test)

Uji F untuk menguji dua atau lebih variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi tersebut secara bersama-sama

(simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan:

- 1) Apabila  $f\text{-hitung} < f\text{-tabel}$  maka keputusannya  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh secara signifikan masing-masing variabel *satisfaction*, *trust*, *brand image* dan *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.
- 2) Apabila  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  maka keputusannya menolak  $H_0$  dan  $H_1$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan masing-masing variabel *satisfaction*, *trust*, *brand image* dan *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (*satisfaction*, *trust*, *brand image* dan *relationship marketing*) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung (variabel dependen). Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Ciri-ciri  $R^2$ :

- a. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai dengan 1 atau ( $0 < R^2 < 1$ ). — —

- b. Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- c. Nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dan variabel dependen.

$$\text{Rumus : } \mathbf{R^2 = r^2 \times 100\%}$$

$R^2$  = koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrumen sampai uji koefisien determinasi maka peneliti menggunakan software pengelola data dengan aplikasi SPSS 23.