BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah.Pada hakekatnyamerupakan suatu bagian pokok dari ilmu pengetahuan, yang bertujuan untuk lebih mengetahui dan lebih mendalami segala segi kehidupan.[40]

Pendekatan penelitian ini merupakan pendekatan penelitian kuantitatif, diartiakan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[41]

Pada penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh Pelayanan yang terdiri dariPercaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum, menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal, tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan keahliannya jangan menyela atau

[40] Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*,(Yogyakarta:Teras, 2009), hal. 2
[41]Sugiono, metode penelitian kombinasi, (Bandung:Alfabeta,2013),hal.11.

memotong pembicaraan, mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.danjika tidak mampu mengatasi permasalahan jangan ragu-ragu untuk minta bantuan. Serta pengaruh faktor Etika Bisnis Islam terdiri dari yaitu kesatuan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran. terhadap *Customer Retension.*

2. Jenis Penelitian

Orang awam biasanya memberikan pengertian yang sama antara penelitian dan penyelidikan. Secara harfiah, penelitian dan penyelidikan berasal dari kata *research*.Akan tetapi dalam penggunaanya, kata penyelidikan kemudian tidak memenuhi harapan *research*.[42]

Berdasarkan judul penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Penelitian ini memiliki tingkat yang tertinggi jika dibandingkan dengan penelitian yang lainnya seperti penelitian diskriptif dan komparatif. Sehubungan dengan metode yang diambil, permasalahan yang diangkat pada penelitian ini menrupakan jenis asosiatif, yaitu suatu pertanyaan peneliti yang bersifat menghubungkan dua variabel atau lebih. Hubungan variabel dalam penelitian adalah hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat.

Dimana vaiabel independen (X) atau variabel yang mempengaruhi meliputi pelayanan prima, Etika bisnis Islam terhadap sedangkan, variabel dependen (Y) adalah *customer retention.*

[42]Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif..,Hal* 7

B. Populasi, Sampel, dan Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapakan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[43] Populasi yang menjadi obyek penelitian ini adalah Anggota di KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar baik nasabah penghimpun dana dan pembiayaan.

Populasi ini adalah seluruh anggota KJKS BMT Mentari Kademangan Blitar, adapun yang dijadikan sampel ini sebanyak 70 orang jumlah ini sudah melebihi ukuran minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan desain penelitian, menurut Gay desain penelitian ini adalah kausal yang ukuran minimum sampel nya sebesar 30 objek.[44] Dasar pengambilan sampel tersebut drai rumus Isaac dan Michael sebagai berikut:

$$\boldsymbol{S} = \frac{\lambda^2 \times \mathrm{N} \times \mathrm{P} \times \mathrm{Q}}{\boldsymbol{d_2}(\boldsymbol{N} - \mathbf{1}) + \lambda 2 \times \mathrm{P} \times \mathrm{Q}}$$

Keterangan:

S = Jumlah sampel

λ^2 =Chi Kuadrat yang harganya tergantung dari derajat kebebasan dan tingkat kesalahan.

N = Jumlah populasi

---

[43]Ibid, hal. 119.

[44] Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis:Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: Indeks, 2009), hal 62.

Q = Peluang salah (0,5)

d = perbedaan antara sampel yang diharapkan dengan yang terjadi[45]

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi biasa, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi.[46]

Bagian dari Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah BTM Mentari Kademangan Blitar sejumlah 70 orang

3. Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terhadap berbagai teknik samplingyang digunakan. Penelitian ini menggunakan teknik **probability sampling.** Teknik *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang sama yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsure (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple randon sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random,* dan *area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah).

C. Kisi-Kisi dan Instrumen Penelitian

[45]Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*.hal...128.
[46] Papundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis,* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2006), hal.33

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.Instrument penelitian yang digunakan harus teruji validitas dan reliabilitasnya.[47]

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa angket atau kuesioner.Instrumen penelitian berupa angket disusun dan dikembangkan sendiri berdasarkan uraian yang ada dalam kajian teori.Jumlah instrumen penelitian ini tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.

Dalam penelitian yang berjudul **"Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Anggota KJKS "BTM Mentari Kademangan Blitar".** 3 instrumen yang dibuat:

1. Instrumen untuk mengukur Pelayanan prima
2. Instrumen untuk mengukur etika bisnis Islam
3. Instrumen untuk mengukur *Customer retention*

Dan tabel dibawah ini merupakan kisi-kisi instrumen yang kurang lebih akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel3.1
Kisi-kisi Instrumen

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	No. Item
1	Pelayanan Prima (X_1) Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan serang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau	• Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.	Saya menginginkan karyawan yang berpenampilan rapi dan bersih.	1
		• Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.	Saya menginginkan karyawan yang bersikap akrab dan penuh dengan senyum.	2
		• Menyapa dengan lembut dan berusaha	Saya lebih menyukai karyawan yang mampu	3

[47]*Ibid*, hlm. 147-148.

	nasabah. Tindakan tersebut dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan.[48]	menyebutkan nama jika suda kenal.	menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama anggota suda kenal.	
		• Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.	Saya berharap karyawan yang tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan dengan anggotanya	4
		• Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.	Saya lebih segan berbicara dengan bahasa yang baik dan benar	5
		• Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan keahliannya.	Saya menyukai karyawan yang bersemangat dan cekatan.	6
		• Jangan menyela atau memotong pembicaraan.	Saya tidak menyukai karyawan yang menyela atau memotong pembicaraan orang.	7
		• Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.	Saya membutuhkan karyawan yang dapat memberikan saya keyakinan dalam mengambil produk	8
		• Jika tidak mampu mengatasi permasalahan jangan ragu-ragu untuk minta bantuan.	Saya senang jika saya dan karyawan tidak segan dalam minta bantuan	9
		• Bila belum mampu memberi pelayanan beritahu kapan akan dilakukan pelayanan atau membuat perjanjian	Jika karyawan belum bisa memberi pelayanan, saya lebih suka jika karyawan tersebut berjanji menyanggupi	10
2	Etika Bisnis Islam (X_2) Etika bisnis Islam adalah doktrin etis	• Kesatuan (Maka Islam menawarkan keterpaduan agama,	1. Saya menyakini bahwa BMT tunduk atas Agama	11

[48] Ksmir, Etika Customer Service, .(Jakarta:PT RajagrafindoPersada.2005).Hal.15-22

	yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw, yang di dalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (mahmudah).[49]	ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka etika dan ekonomi atau etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal, maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang homogenya yang tidak mengenal kekusutan dan keterputusan.)	2. Saya saya menyukai BMT yang tepat transaksi sesuai syariah	12
		• Kesetimbangan atau Keadilan (Sesuai dengan etika kerja Islam, seorang pekerja haruslah berlaku adil dan jujur terhadap apa yang menjadi tugas dan kerjanya)	1. Saya selalu diperlakukan dengan adil oleh pihak karyawan	13
			2. Jika saya membuhkan informasi karyawan selalu memberikan informasi yang akurat	14
		• Kehendak bebas (Kehendak bebas, pada tingkat tertentu manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri mana kala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih mana yang baik dan mana yang buruk.)	1. Saya diizinkan untuk memilih produk apa yang cocuk untuk usaha saya	15
			2. Saya berhak mengambil keputusan atas kesepakatan namun tetap sesuai kesepakatan bersama	16

[49] Lukman, Fauroni R, Etika Bisnis dalam Al-Qur'an.(Yogyakarta:Pustaka Pesantren,2006), hal. 144

		• Pertanggung jawaban (Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam yaitu seorang pengusaha muslim beperilaku secara etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataannya bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggun jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.)	1. Saya berusaha melakukan usaha saya sesuai dengan kontrak yang disepakati	17
			2. Saya ingin pihak lembaga merahasiakan informasi atas anggotanya	18
		• Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung pula dua unsur, yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dan bertentangan dengan ajaran Islam. Kebajikan adalah nilai ihsan, *benevolence* yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Dalam Islam hal ini sangat dianjurkan.	1. Saya selalu mendapatkan kejujuran setiap transaksi yang diberikan oleh pihak BTM	19
			2. Saya mengakui bahwa pihak lembaga menyalurkansebagian dari hasil potongan pembiayaan untuk Infaq	20
3	*Customer Retention* (Y) *Custumer*	• Gethok tular positif (Pelanggan yang puas dan loyal	Saya akan menyampaikan informasi kepada	21

	*Retention*merupakan salah satu metode pemasaran yang sering digunakn untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. Dengan mempertahankan pelanggan yang sudah ada tentunya akan menghemat biaya, dari pada dengan mencari lagi nasabah baru.[50]	terhadap produk atau jasa perusahaan sangat menghargai dan bisa menjadi semacam "duta besar" perusahaan yang berpotensi menyebarluaskan pengalaman dan gethok tular positifnya kepada orang lain.)	masyarakat lain	
		• *One-stop shopping* (Pelanggan yang puas dan loyal cenderung tidak mudah berubah kepemasok lain.)	Saya melakukan pembiayaan di BTM	22
		• Inovasi produk dan jasa baru (Pelanggan bisa menjadi ide potensial bagi pengembangan produk bdan jasa baru. Kebutuhan yang belum terpenuhi dan permasalahan yang dihadapi pada produk dan jasa saat ini, misalnya apabila di komunikasikan secara efektif, mampu memberikan inspirasi bagi organisasi jasa untuk berinovasi, setidaknya menyempurnakan kekurangan-kekurangan yang ada saat ini.)	Saya menginginkan BTM menawarkan produk baru	23

[50] Hening-Thurau,T and A.Klee, "The Impact Of Customer Satisfaction and Relationship Quality On *Customer Retention* : A Critical Reassesment and Model Development," "Psychology and Marketing, Vol. 14: 8 (Desember), Hal. 740

D. Sumber Data

Data penelitian merupakan subyek dari mana data diperoleh.Jika teknik pengumpulan datanya menggunakan kuosioner atau wawancara, maka sumber data tersebut disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti.[51]

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Data ini tidak tersedia karena memang belum ada riset sejenis yang pernah dilakukan.[52]Seperti hasil wawancara atau hasil pengisisian kuosioner. Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuosioner kepada nasabah KJKS BTM Kademangan Blitar. Variabel penelitian yang digunakan adalah pelayanan prima (X1), Etika bisnis Islam (X2), Nasabah *Customer Retention* (Y).

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada yang digunakan dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif.[53] Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persespsi seseorang atau sekelompok orang tentang

---

[51] Awal Isgiyanto, *Teknik Pengambilan Sampel: Pada Penelitian Non-Eksperimental*, (Yogyakarta: Mitra Cendekia Offset, 2009). Hal. 11.

[52] Istjianto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 45.

[53]Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,...hal. 135.

fenomena sosial.[54]Dalam penelitian ini, skala penilaian yang diigunakan adalah dapat dilihat pada gambar tabel beikut :

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (ST)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang setuju (KR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Teknik Pengumpulan Data

Cara yang ditempuh dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut:Pengumpulan data melalui penyebaran kuosioner. Kuosioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuosiner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari instrumen.[55] Kuosioner akan disebarkan oleh peneliti ke Anggota di KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar baik nasabah penghimpun dana maupun nasabah pembiayaan.

[54]*Ibid,* hal. 136.

[55]Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*, hal. 193

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan.[56] Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel.Validitas didefinisikan sebagi sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya.Uji validitas dilakukan terhadap setiap variabel pertanyaan dari masing-masing faktor yang terdapat dalam kuisioner, yaitu dengan cara menghitung koefisien korelasi Pearson dari masing-masing item terhadap skor total atau nilai total yang diperoleh. Selanjutnya, hasil dari perhitungan signifikansi koefisien korelasi Pearson tersebut dibandingkan dengan derajat kesalahan yang ditoleransi ($\alpha < 5\%$), maka suatu pernyataan dianggap valid, sebaliknya jika signifikansi lebih besar daripada α maka pernyataan dianggap tidak valid atau gugur.[57]

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsitensi responden dalam menjwab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk responden yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuosioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari

---

[56] *Ibid*, hal. 331

[57] Tim Penyusun, *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*, Program Studi Manajemen S1, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, hal. 19

satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas sebaliknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel. Kriteria uji reliabilitas dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.[58]

c. 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.[59]

Jika data berdistribusi normal maka digunakan uji statistik parametrik.Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal maka digunakan uji statistik non parametrik.[60]

b) Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas.Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF. Semakin kecil nilai *Tolerance* dan semakin besar VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika Tolerance

[58]*Ibid*, hal 23

[59] Husaini Usman, *Pengantar Statistika*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2012), hal. 109

[60] Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta:Bumi Aksara, 2012), hal.153

lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik *Scatterplot* regresi.Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi.[61]

Mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan melihat pada tabel D-W (Durbin-Watson), dasar pengambilan keputusannya adalah:

1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2) Angka D-W diantara -2 sampai +2 tidak terdapat autokorelasi.
3) Angka D-W diatas -2 terdapat autokorelasi negatif.[62]

---

[61]Duwi Priyatno, *SPSS:Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate,* (Yogyakarta:Gava Media, 2009), hal. 59-61

[62]Singgih Santosa, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik,* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo), hal. 144

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *Customer Retention* di KJKS BTM Mentari Kademangan Blitarmaka digunakan alat analisis regresi linier berganda. Penggunaan analisis regresi Linier berganda dikarenakan variabel bebas yang diteliti lebih dari satu variabel, adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = *Costumer Retention*

a = Konstanta persamaan regresi

β1-β5 = Koefisien variabel independen

X_1 = Pelayanan Prima

X_2 = Etika Bisnis Islam

e = Variabel pengganggu atau faktor-faktor di luar variabel yang tidak dimasukkan sebagai variabel model di atas.

Hasil persamaan regresi tersebut kemudian akan dianalisis dengan menggunakan pengujian selanjutnya.

e. Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan adalah uji signifikansi secara bersama-sama (uji statistik F) dan uji signifikansi parameter individu (uji statistik t).

(1) Uji Signifikan Parsial (t-Test)

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.Pengujian ini dilakukan dengan sistem pengambilan keputusan, jika t hitung < t kritis jadi H0 diterima, apabila t hitung > t kritis jadi H0 ditolak.[63] Pada Uji T-test ini untuk menguji hipotesi 1 sampai dengan 2.Sehingga, dapat diketahui apakah pengaruh variabel Pelayan Prima(X_1) dan Etika Bisnis Islam (X_2) terhadap *Customer Retention*, signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu: H0 diterima jika t hitung < t tabel => Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Pelayan Prima(X_1) dan Etika Bisnis Islam (X_2) terhadap *Customer Retention*, H0 ditolak jika t hitung > t tabel atau t hitung < -t tabel => Ada pengaruh yang signifikan Pelayan Prima(X_1) dan Etika Bisnis Islam (X_2) terhadap *Customer Retention*.

(2) Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.[64] Untuk melihat pengaruh yang terjadi dilakukan dengan membandingkan nilai sig dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan (sig < 0,05), berarti terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen. F-tes digunakan untuk menguji hipotesis ke 3 yang

[63]*Ibid*...,hal. 50
[64]Duwi Priyatno, *SPSS:Untuk Analisis*...,hal. 48

menguji pengaruh secara bersama-sama antara Pelayan Prima(X_1) dan Etika Bisnis Islam (X_2) terhadap *Customer Retention*. Ho diterima jika Fhitung < Ftabel => Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Pelayan Prima(X_1) dan Etika Bisnis Islam (X_2) terhadap *Customer Retention*. H0 ditolak jika Fhitung > Ftabel => Ada pengaruh yang signifikan antara Pelayan Prima(X_1) dan Etika Bisnis Islam (X_2) terhadap *Customer Retention*.

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan proporsi yang diterangkan oleh variabel bebas dalam model terhadap variabel terikatnya, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Besar pengaruh variabel X dan variabel Y maka dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi yang akan diperoleh dengan rumus :

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\ \%}$$

Dimana, $0 \leq R^2 \leq 1$

Kd = Koefisien determinasi, r = Korelasi

Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai dengan 1, dimana semakin mendekati angka 1 angka koefisien determinasi maka pengaruhnya

semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruhnya semakin lemah.[65]

Koefisien determinasi (R2) dari hasil regresi berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya.Dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda maka masing-masing variabel independen yaitu Pelayan Prima(X_1) dan Etika Bisnis Islam (X_2) secara parsial dan secara simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu Pelayan Prima(X_1) dan Etika Bisnis Islam (X_2) terhadap *Customer Retention*. Yang dinyatakan dengan R^2 untuk menyatakan koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh Pelayan Prima(X_1) dan Etika Bisnis Islam (X_2) terhadap *Customer Retention*. Sedangkan R^2 untuk menyatakan koefisiensi determinasi parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel terikat. Angka dari R *square* didapat dari pengolahan data melalui program SPSS yang bisa dilihat pada tabel model *summery* kolom R *square*dari variabel terikatnya.

[65]Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan…,* Hal. 71