

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau independen variabel yang pertama adalah program *customer retention* yang terdiri dari *the welcome, reliability, responsiveness, recognition, personalization, dan access*. Variabel terikat atau dependen variabel ialah kepuasan nasabah yang merupakan perbandingan antara kinerja bank dengan harapan nasabah serta implikasi pada loyalitas nasabah yang terdiri dari *repeatation, staying with current provider dan recommendation*.

Penelitian ini dilakukan terhadap nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Paseh-Sumedang, maka hal-hal yang akan dianalisis adalah yang berhubungan dengan pengaruh program *customer retention* terhadap kepuasan nasabah serta implikasinya pada loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Paseh-Sumedang.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu bulan Oktober 2010 sampai Januari 2011, maka pendekatan yang digunakan menurut Husein Umar (2008:45) adalah pendekatan *cross sectional*, yaitu "Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang".

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Travers (dalam Husain Umar 2008:21)

menjelaskan bahwa, “Penelitian dengan pembelian metode *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan tentang pengaruh program *customer retention* terhadap kepuasan nasabah serta implikasinya pada loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Paseh-Sumedang.

Penelitian yang berupa deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh program *customer retention* (mempertahankan nasabah) yang terdiri dari *the welcome, reliability, responsiveness, recognition, personalization, dan access*. Dalam menciptakan keuasan nasabah serta implikasinya terhadap pembentukan loyalitas nasabah yang terdiri *repeatation, staying with current provider dan recomendation*. Sedangkan untuk penelitian verifikatif bermaksud untuk mengetes kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif ini untuk menguji pengaruh program *customer retention* (mempertahankan nasabah) yang terdiri dari *the welcome, reliability, responsiveness, recognition, personalization, dan access* terhadap kepuasan nasabah serta implikasi pada loyalitas nasabah yang terdiri dari *repeatation, staying with current provider dan recommendation*.

Mengingat penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*. Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:7), “Yang dimaksud dengan metode survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada

populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari *sampel* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan variabel sosiologis maupun psikologis". Survei informasi dari sebagian informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.2. Operasionalisasi Variabel

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<b>Customer Retention (X)</b>	Mempertahankan pelanggan merupakan tujuan strategis untuk mengupayakan pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. (Buttle, 2009:258)			
<b>The welcome (X1)</b>	Apresiasi perusahaan terhadap awal terjadinya hubungan pelanggan. (Zikmund, 2003:88-93)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satpam bersikap lebih ramah dan akrab dalam menyambut nasabah</li> <li>• Satpam lebih santun dalam melayani nasabah</li> <li>• Satpam membantu nasabah dalam mengisi struk penyeteroran karyawan</li> <li>• Satpam mengucapkan terima kasih dan meminta nasabah untuk datang kembali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keramahan dan keakraban satpam dalam menyambut nasabah</li> <li>• Tingkat kesantunan satpam dalam melayani nasabah</li> <li>• Tingkat bantuan satpam kepada nasabah dalam mengisi struk penyeteroran Karyawan</li> <li>• Tingkat mengucapkan terima kasih dan meminta nasabah untuk datang kembali</li> </ul>	Ordinal  Ordinal  Ordinal  Ordinal



		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kehandalan yang lebih menggunakan BRI <i>Card</i> pada jaringan ATM Lokal</li> <li>• Lebih handal dalam penarikan simpanan secara tunai oleh nasabah di seluruh unit kerja BRI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kehandalan yang lebih menggunakan BRI <i>Card</i> pada jaringan ATM Lokal</li> <li>• Tingkat lebih handal dalam penarikan simpanan secara tunai oleh nasabah di seluruh unit kerja BRI</li> </ul>	Ordinal
				Ordinal
<b>Responsiveness (X3)</b>	Konsumen ingin diperlakukan secara benar, sehingga berdampak terhadap kepedulian perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satpam BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> <li>• <i>Teller</i> BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> <li>• <i>Customer service</i> BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> <li>• Operator <i>call center</i> BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesigapan satpam BRI dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> <li>• Tingkat kesigapan <i>teller</i> BRI dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> <li>• Tingkat kesigapan <i>customer service</i> BRI dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> <li>• Tingkat kesigapan operator <i>call center</i> BRI dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah.</li> </ul>	Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
<b>Recognition (X4)</b>	Pengenalan pelanggan kaitannya dengan pemberian perhatian lebih dan apresiasi dari perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi yang sering dari program hadiah tabungan Simpedes</li> <li>• Tanggapan mengenai hadiah yang lebih menarik diberikan tabungan Simpedes</li> <li>• Respon untuk lebih berpartisipasi dalam program hadiah yang diberikan tabungan Simpedes</li> <li>• Frekuensi <i>event</i> yang sering diberikan tabungan Simpedes</li> <li>• Tanggapan mengenai <i>event</i> yang lebih menarik diberikan tabungan Simpedes</li> <li>• Respon untuk lebih berpartisipasi dalam <i>event</i> yang diberikan tabungan Simpedes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat frekuensi yang sering dari program hadiah tabungan Simpedes</li> <li>• Tingkat tanggapan mengenai hadiah yang lebih menarik diberikan tabungan Simpedes</li> <li>• Tingkat respon untuk lebih berpartisipasi dalam program hadiah yang diberikan tabungan Simpedes</li> <li>• Tingkat frekuensi <i>event</i> yang sering diberikan tabungan Simpedes</li> <li>• Tingkat tanggapan mengenai <i>event</i> yang lebih menarik diberikan tabungan Simpedes</li> <li>• Tingkat respon untuk lebih berpartisipasi dalam <i>event</i> yang diberikan tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal
				Ordinal

**TABEL 3.1 LANJUTAN  
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<b>Personalization (X5)</b>	Kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan program promosi dan produknya sesuai dengan karakteristik pelanggan tertentu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian terhadap produk tabungan Simpedes</li> <li>• Penilaian terhadap besaran bunga yang lebih diberikan tabungan Simpedes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penilaian terhadap produk tabungan Simpedes</li> <li>• Tingkat penilaian terhadap besaran bunga yang lebih diberikan tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menikmati fasilitas yang lebih diberikan kepada nasabah tabungan Simpedes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat menikmati fasilitas yang lebih diberikan kepada nasabah tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemikiran mengenai hadiah yang lebih diberikan oleh tabungan Simpedes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pemikiran mengenai hadiah yang lebih diberikan oleh tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanggapan mengenai iklan tabungan Simpedes pada media cetak sehingga tertarik untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat tanggapan mengenai iklan tabungan Simpedes pada media cetak sehingga tertarik untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanggapan mengenai iklan tabungan Simpedes pada media elektronik sehingga tertarik untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat tanggapan mengenai iklan tabungan Simpedes pada media elektronik sehingga tertarik untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanggapan mengenai kejelasan informasi tabungan Simpedes pada media cetak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat tanggapan mengenai kejelasan informasi tabungan Simpedes pada media cetak</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanggapan mengenai kejelasan informasi tabungan Simpedes pada media elektronik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat tanggapan mengenai kejelasan informasi tabungan Simpedes pada media elektronik</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengalaman dalam melihat kemunculan iklan tabungan Simpedes pada media cetak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pengalaman dalam melihat kemunculan iklan tabungan Simpedes pada media cetak</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengalaman dalam melihat kemunculan iklan tabungan Simpedes pada media elektronik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pengalaman dalam melihat kemunculan iklan tabungan Simpedes pada media elektronik</li> </ul>	Ordinal
		<b>Access (X6)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih mudah berinteraksi dengan satpam BRI</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih mudah berinteraksi dengan teller BRI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan berinteraksi dengan teller BRI</li> </ul>			Ordinal



			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan <i>customer service</i> nasabah selalu mendapatkan pelayanan tanpa menunggu lama</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reliability (Y2)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan satpam lebih sopan dalam melayani nasabah</li> <li>• Tingkat kinerja dan harapan <i>teller</i> lebih teliti dalam melayani nasabah</li> <li>• Tingkat kinerja dan harapan <i>teller</i> lebih cepat dalam melayani nasabah</li> <li>• Tingkat kinerja dan harapan <i>customer service</i> lebih ramah dalam melayani nasabah</li> <li>• Tingkat kinerja dan harapan kehandalan yang lebih dari produk tabungan Simpedes</li> <li>• Tingkat kinerja dan harapan besaran bunga yang lebih handal diberikan tabungan Simpedes</li> <li>• Tingkat kinerja dan harapan hadiah yang lebih handal diberikan kepada nasabah tabungan Simpedes</li> <li>• Tingkat kinerja dan harapan kehandalan yang lebih menggunakan <i>BRI Card</i> pada jaringan ATM Lokal</li> <li>• Tingkat kinerja dan harapan lebih handal dalam penarikan simpanan secara tunai oleh nasabah di seluruh unit kerja BRI</li> </ul>	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Responsiveness (Y3)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan satpam BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> <li>• Tingkat kinerja dan harapan <i>teller</i> BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> </ul>	Ordinal Ordinal

**TABEL 3.1 LANJUTAN  
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kinerja dan harapan <i>customer service</i> BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> <li>Tingkat kinerja dan harapan operator <i>call center</i> BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah</li> </ul>	Ordinal  Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Recognition (Y4)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kinerja dan harapan frekuensi yang sering dari program hadiah tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat kinerja dan harapan tanggapan mengenai hadiah yang lebih menarik diberikan tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat kinerja dan harapan respon untuk lebih berpartisipasi dalam program hadiah yang diberikan tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat kinerja dan harapan frekuensi <i>event</i> yang sering diberikan tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat kinerja dan harapan tanggapan mengenai <i>event</i> yang lebih menarik diberikan tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat kinerja dan harapan respon untuk lebih berpartisipasi dalam <i>event</i> yang diberikan tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal  Ordinal  Ordinal  Ordinal  Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Personalization (Y5)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kinerja dan harapan penilaian terhadap produk tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat kinerja dan harapan penilaian terhadap besaran bunga yang lebih diberikan tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat kinerja dan harapan menikmati fasilitas yang lebih diberikan kepada nasabah tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal  Ordinal  Ordinal

**TABEL 3.1 LANJUTAN  
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan pemikiran mengenai hadiah yang lebih diberikan oleh tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan tanggapan mengenai iklan tabungan Simpedes pada media cetak sehingga tertarik untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan tanggapan mengenai iklan tabungan Simpedes pada media elektronik sehingga tertarik untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan tanggapan mengenai kejelasan informasi tabungan Simpedes pada media cetak</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan tanggapan mengenai kejelasan informasi tabungan Simpedes pada media elektronik</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan pengalaman dalam melihat kemunculan iklan tabungan Simpedes pada media cetak</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan pengalaman dalam melihat kemunculan iklan tabungan Simpedes pada media elektronik</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Access (Y6)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan lebih mudah berinteraksi dengan satpam BRI</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan lebih mudah berinteraksi dengan <i>teller</i> BRI</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan lebih mudah berinteraksi dengan <i>customer service</i> BRI</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kinerja dan harapan lebih mudah berinteraksi dengan <i>call center</i> BRI</li> </ul>	Ordinal

**TABEL 3.1 LANJUTAN  
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<b>Loyalitas Nasabah (Z)</b>	Komitmen pelanggan terhadap toko, merk ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten			
<i>Repeattation</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Keinginan untuk terus menabung di tabungan Simpedes</li> <li>Keinginan untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keinginan untuk terus menabung di tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat Keinginan untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal  Ordinal
<i>Staying with current provider</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Setia menabung pada tabungan Simpedes BRI</li> <li>Setia dalam meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> <li>Anda terus menabung di tabungan Simpedes dipasaran</li> <li>Anda terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> <li>Anda mengikuti <i>event</i> yang diadakan tabungan Simpedes BRI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat Setia menabung pada tabungan Simpedes BRI</li> <li>Tingkat Setia dalam meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat Anda terus menabung di tabungan Simpedes dipasaran</li> <li>Tingkat Anda terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat Anda mengikuti <i>event</i> yang diadakan tabungan Simpedes BRI</li> </ul>	Ordinal  Ordinal  Ordinal  Ordinal
<i>Recommendation</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Merekomendasikan kepada orang lain untuk memilih tabungan Simpedes BRI</li> <li>Tingkat ajakan kepada orang lain untuk memilih tabungan Simpedes BRI</li> <li>Tingkat ajakan kepada orang lain untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> <li>Penolakan terhadap produk tabungan lain selain tabungan Simpedes BRI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat merekomendasikan kepada orang lain untuk memilih tabungan Simpedes BRI</li> <li>Tingkat ajakan kepada orang lain untuk memilih tabungan Simpedes BRI</li> <li>Tingkat ajakan kepada orang lain untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes</li> <li>Tingkat Penolakan terhadap produk tabungan lain selain tabungan Simpedes BRI</li> </ul>	Ordinal  Ordinal  Ordinal  Ordinal

**TABEL 3.1 LANJUTAN  
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Keinginan untuk menabung di tabungan lain selain tabungan Simpedes BRI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat Keinginan untuk menabung di tabungan lain selain tabungan Simpedes BRI</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Menceritakan hal positif tentang tabungan Simpedes BRI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat Menceritakan hal positif tentang tabungan Simpedes BRI</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjaga hubungan baik dengan karyawan BRI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat menjaga hubungan baik dengan karyawan BRI</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Motivasi untuk merekomendasikan tabungan Simpedes kepada orang lain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat motivasi untuk merekomendasikan tabungan Simpedes kepada orang lain</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Merekomendasikan kepada orang lain mengenai tabungan Simpedes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat merekomendasikan kepada orang lain mengenai tabungan Simpedes</li> </ul>	Ordinal

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Secara garis besar terdapat dua data yang harus dikumpulkan yaitu:

#### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden. Ada dua cara pokok untuk memperoleh data dari responden, yaitu dengan cara melakukan observasi terlebih dahulu melalui komunikasi dengan responden melalui penyebaran kuesioner. Komunikasi dengan responden dapat dilakukan dengan cara kuesioner.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah ada. Data tersebut sudah dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan-tujuan yang tidak mendesak. Keuntungan data sekunder adalah sudah tersedia, ekonomis, dan cepat didapat. Kelemahan data sekunder adalah tidak dapat menjawab keseluruhan masalah yang sedang diteliti. Kelemahan lainnya adalah kurangnya akurasi karena data

sekunder dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan tertentu dengan menggunakan metode yang tidak kita ketahui sehingga memungkinkan terjadinya perbedaan unit pengukuran dan umur data.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
<i>Market Share</i> BRI dan pesaing-pesaingnya tahun 2008 dan 2009	SWA NO.16/XXV/27 Juli-5 Agust 2009	Sekunder
<i>ICSA</i> rata-rata industri perbankan/keuangan	SWA No. 19/XXV/3-13 September 2009	Sekunder
<i>Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA)</i> Produk Tabungan 2007-2009	SWA No. 19/XXV/3-13 September 2009	Sekunder
<i>Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI 2006-2009)</i>	Diolah dari berbagai sumber (Majalah Infobank, Januari 2008, Infobank No.358 Edisi Januari 2009, Infobank No.370, Januari 2010, Vol.XXXII	Sekunder
Kepuasan nasabah BRI Unit Paseh-Sumedang	Prapenelitian 2010	Primer
Target peraihan dana simpanan BRI Unit Paseh-Sumedang	BRI Unit Paseh-Sumedang 2010	Primer
Jumlah nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Paseh Kab Sumedang	Bank Rakyat Indonesia Unit Paseh Kab Sumedang 2009	Primer
Program <i>Customer Retention</i> BRI	www. bri.co.id dan Majalah Infobank No.369 Desember 2009 Vol.XXXI Bank Rakyat Indonesia Unit Paseh Kab Sumedang 2009	Sekunder

Sumber: Modifikasi dari SWA dan berbagai referensi

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok objek yang yang dapat dijadikan sumber penelitian. Menurut Sugiyono (2009:115), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi

apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

**TABEL 3.3**  
**JUMLAH NASABAH TABUNGAN SIMPEDES BRI UNIT PASEH**  
**KABUPATEN SUMEDANG**

Tahun	Jumlah Nasabah
2006	8.603
2007	7.473
2008	4.900
2009	4.774

Sumber: Bank Rakyat Indonesia Unit Paseh Kab Sumedang 2009

Berdasarkan Tabel 3.3 maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah nasabah tabungan Simpedes Bank Rakyat Indonesia pada tahun 2009 yang berukuran 4.774 orang.

#### **3.2.4.2 Sampel**

Menurut Sugiono (2009:116) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini tidak mungkin semua populasi dapat penulis teliti, hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya: 1) Keterbatasan biaya, 2) Keterbatasan tenaga, 3) Keterbatasan waktu yang tersedia

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2009:116):

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar representatif.

Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian nasabah Tabungan Simpedes BRI Unit Paseh-Sumedang. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebesar 110 sampel. Ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus dari Harun Al Rasyid (1994:44), yaitu:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

(Harun Al Rasyid, 1994:44)

Sedangkan  $n_0$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[ \frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2$$

(Harun Al Rasyid, 1994:44)

Keterangan :

N =Populasi

n = Sampel

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*

$\delta$  = Bound of error yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 10

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

- a. Jumlah item = 60
- b. Nilai tertinggi skor responden =  $(60 \times 5) = 300$
- c. Nilai terendah skor responden =  $(60 \times 1) = 60$
- d. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah  
=  $(300 - 60) = 240$
- e. *Deming's Emperical Rule* yang digunakan adalah:  
 $S = (0,21) (240) = 50,40$   
 $S = 50,40$

Keterangan:

$S = (0,21)$ , berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk kurva kiri,  artinya jawaban responden kebanyakan ada di skor 4 dan 5.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai  $n_0$  terlebih dahulu, yaitu:

Diketahui:

$$N = 4.774 \text{ orang}$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\delta = 10 \%$$

$$Z = \left[ 1 - \frac{\alpha}{2} \right] = 0,975 \rightarrow 1,96$$

$$S = 50,40$$

$$n_0 = \left[ \frac{(1,96)(50,40)}{10} \right]^2$$

$$= \left[ \frac{98,784}{10} \right]^2$$

$$\begin{aligned}
 &= [9,8784]^2 \\
 &= 97,58278656 \\
 n &= \frac{97,58278656}{1 + \frac{97,58278656}{4.774}} \\
 &= \frac{88,0684648704}{1,020440466} \\
 &= 95,63
 \end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 96 orang

Menurut Winarmo Surakhmad (1998:100) bahwa “untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Kemudian agar sampel yang digunakan representatif, maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 110 orang.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sugiyono (2008:73) mengemukakan bahwa: “Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel”. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Populasi pada penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*), maka peneliti menggunakan teknik *systematic sampling*. Menurut Uma Sekaran (2006:128), teknik pengambilan sampel sistematis (*systematic sampling*) meliputi menarik tiap elemen ke- $n$  dalam populasi yang dimulai dengan elemen yang dipilih secara acak antara 1 dan  $n$ .

Sugiyono (2009:77) memberikan pengertian yang lebih jelas mengenai teknik pengambilan sampel cara sistematis, sampling sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang diberi nomor urut.

Menurut Harun Al – Rasyid (2004:66) langkah-langkah yang dilakukan dalam cara ini adalah:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran nasabah Tabungan Simpedes BRI Unit Paseh-Sumedang.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah BRI Unit Paseh-Sumedang.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 08.00 – 12.00 WIB hari Senin dan Jumat yang merupakan waktu nasabah ke bank.
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pembeli. Dengan menggunakan rumus:

$$I = \frac{N}{n}$$

$$I = \frac{4774}{110} = 43,4 = 43$$

110

Pada hari yang ditentukan pada *checkpoint*, pelanggan ke1 untuk selanjutnya adalah pelanggan yang memiliki nomor urut ganjil diberi kuesioner untuk diisi hingga ukuran sampel terpenuhi.

5. Menghitung besarnya proporsi pada sampel yang terpilih yaitu pada BRI Unit Paseh-Sumedang.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang dikumpulkan dalam melaksanakan penelitian ini meliputi:

1. Observasi tidak terstruktur tentang perusahaan seperti melalui majalah bisnis, tabloid tentang *marketing* dan internet.
2. Wawancara, sebagai cara untuk memperoleh data yang dibutuhkan langsung dari sumber yang bersangkutan.
3. Angket, yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian. Dalam penelitian penelitian ini kuesioner atau angket berlaku sebagai data primer. Angket yang digunakan dan disebarakan pada responden merupakan angket tertutup yaitu angket dengan item-item pertanyaan angket yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dengan menggunakan angket tertutup sebagai teknik pengumpulan data akan mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga dapat menghemat waktu.

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Pengujian Validitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu validitas dan reliabilitas.

Pengujian validitas instrument dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2009:146).

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:146):

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

(Suharsimi Arikunto 2009:146)

Keterangan:

- $r$  = Koefisien validitas item yang dicari
- $X$  = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- $Y$  = Skor total
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- $n$  = Banyaknya responden

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.4 di bawah ini.

**TABEL 3.4**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2008:250)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
- b) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *customer retention* sebagai variabel X dan

instrumen loyalitas nasabah sebagai variabel Z. Jumlah pertanyaan untuk Var X adalah 44 dan seluruh item tersebut valid, sedangkan untuk item pertanyaan Var Z berjumlah 20 item setelah melukan uji validitas terdapat 4 item pertanyaan yang tidak valid.

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
<b>Customer Retention</b>				
<b>1. The welcome</b>				
1	Bersikap lebih ramah dan akrab dalam menyambut nasabah	0,762	0,374	Valid
2	Lebih santun dalam melayani nasabah	0,800	0,374	Valid
3	Membantu nasabah dalam mengisi struk penyetoran	0,688	0,374	Valid
4	Mengucapkan terima kasih dan meminta nasabah untuk datang kembali)	0,753	0,374	Valid
5	Bersikap lebih ramah dalam melayani nasabah	0,703	0,374	Valid
6	Mampu menyebutkan nama nasabah yang terus menabung/ meningkatkan saldo tabungannya	0,744	0,374	Valid
7	Mampu mengenali nasabah yang selalu menabung/ meningkatkan saldo tabungannya	0,806	0,374	Valid
8	Mengucapkan terima kasih ketika selesai melakukan transaksi	0,687	0,374	Valid
9	Bersikap lebih ramah dalam melayani nasabah	0,830	0,374	Valid
10	Memberikan perhatian lebih kepada nasabah yang selalu menabung/ meningkatkan saldo tabungannya	0,794	0,374	Valid
11	Nasabah selalu mendapatkan pelayanan tanpa menunggu lama	0,716	0,374	Valid
<b>2. Reliability</b>				
12	Satpam lebih sopan dalam melayani nasabah	0,862	0,374	Valid
13	Teller lebih teliti dalam melayani nasabah	0,630	0,374	Valid
14	Teller lebih cepat dalam melayani nasabah	0,636	0,374	Valid
15	Customer service lebih ramah dalam melayani nasabah	0,521	0,374	Valid
16	Kehandalan yang lebih dari produk tabungan Simpedes	0,760	0,374	Valid

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
<b>Customer Retention</b>				
17	Besaran bunga yang lebih handal diberikan tabungan Simpedes	0,694	0,374	Valid
18	Hadiah yang lebih handal diberikan kepada nasabah tabungan Simpedes	0,841	0,374	Valid
19	Kehandalan yang lebih menggunakan BRI Card pada jaringan ATM Lokal	0,656	0,374	Valid
20	Lebih handal dalam penarikan simpanan secara tunai oleh nasabah di seluruh unit kerja BRI	0,495	0,374	Valid
<b>3. Responsiveness</b>				
21	Satpam BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah	0,571	0,374	Valid
22	Teller BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah	0,731	0,374	Valid
23	Customer service BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah	0,672	0,374	Valid
24	Operator call center BRI lebih sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari nasabah	0,538	0,374	Valid
<b>4. Recognition</b>				
25	Frekuensi yang sering dari program hadiah tabungan Simpedes	0,676	0,374	Valid
26	Tanggapan Anda mengenai hadiah yang lebih menarik diberikan tabungan Simpedes	0,693	0,374	Valid
27	Respon Anda untuk lebih berpartisipasi dalam program hadiah yang diberikan tabungan Simpedes	0,632	0,374	Valid
28	Frekuensi event yang sering diberikan tabungan Simpedes	0,629	0,374	Valid
29	Tanggapan Anda mengenai event yang lebih menarik diberikan tabungan Simpedes	0,849	0,374	Valid
30	Respon Anda untuk lebih berpartisipasi dalam event yang diberikan tabungan Simpedes	0,835	0,374	Valid
<b>5. Personalization</b>				
31	Penilaian terhadap produk tabungan Simpedes	0,810	0,374	Valid
32	Penilaian terhadap besaran bunga yang lebih diberikan tabungan Simpedes	0,813	0,374	Valid
33	Anda menikmati fasilitas yang lebih diberikan kepada nasabah tabungan Simpedes	0,677	0,374	Valid
34	Pemikiran Anda mengenai hadiah yang lebih diberikan oleh tabungan Simpedes	0,710	0,374	Valid
35	Tanggapan Anda mengenai iklan tabungan Simpedes pada media cetak sehingga Anda tertarik untuk terus meningkatkan saldo tabungan	0,845	0,374	Valid

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
<b>Customer Retention</b>				
	Simpedes			
36	Tanggapan Anda mengenai iklan tabungan Simpedes pada media elektronik sehingga Anda tertarik untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes	0,485	0,374	Valid
37	Tanggapan Anda mengenai kejelasan informasi tabungan Simpedes pada media cetak	0,553	0,374	Valid
38	Tanggapan Anda mengenai kejelasan informasi tabungan Simpedes pada media elektronik	0,683	0,374	Valid
39	Pengalaman Anda dalam melihat kemunculan iklan tabungan Simpedes pada media cetak	0,642	0,374	Valid
40	Pengalaman Anda dalam melihat kemunculan iklan tabungan Simpedes pada media elektronik	0,724	0,374	Valid
<b>6. Access</b>				
41	Lebih mudah berinteraksi dengan satpam BRI	0,782	0,374	Valid
42	Lebih mudah berinteraksi dengan <i>teller</i> BRI	0,699	0,374	Valid
43	Lebih mudah berinteraksi dengan <i>customer service</i> BRI	0,647	0,374	Valid
44	Lebih mudah berinteraksi dengan <i>call center</i> BRI	0,809	0,374	Valid
<b>Loyalitas Nasabah (Z)</b>				
1	Keinginan untuk terus menabung di tabungan Simpedes	0,434	0,374	Valid
2	Keinginan untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes	0,482	0,374	Valid
3	Setia menabung pada tabungan Simpedes BRI	0,465	0,374	Valid
4	Setia dalam meningkatkan saldo tabungan Simpedes	0,647	0,374	Valid
5	Anda terus menabung di tabungan Simpedes dipasaran	0,688	0,374	Valid
6	Anda terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes	0,703	0,374	Valid
7	Anda mengikuti <i>event</i> yang diadakan tabungan Simpedes BRI	0,590	0,374	Valid
8	Merekomendasikan kepada orang lain untuk memilih tabungan Simpedes BRI	0,710	0,374	Valid
9	Tingkat ajakan kepada orang lain untuk memilih tabungan Simpedes BRI	0,770	0,374	Valid
10	Tingkat ajakan kepada orang lain untuk terus meningkatkan saldo tabungan Simpedes	0,748	0,374	Valid
11	Penolakan terhadap produk tabungan lain selain tabungan Simpedes BRI	0,550	0,374	Valid

No.	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Ket.
<b>Customer Retention</b>				
12	Keinginan untuk menabung di tabungan lain selain tabungan Simpedes BRI	0,471	0,374	Valid
13	Menceritakan hal positif tentang tabungan Simpedes BRI	0,550	0,374	Valid
14	Anda menjaga hubungan baik dengan karyawan BRI	0,527	0,374	Valid
15	Motivasi untuk merekomendasikan tabungan Simpedes kepada orang lain	0,730	0,374	Valid
16	Merekomendasikan kepada orang lain mengenai tabungan Simpedes	0,764	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011 (Menggunakan SPSS 17,00 For Windows)

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:172), "Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama". Asep Hermawan (2006:126) mendefinisikan: "Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur." Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

(Sugiyono, 2008:190)

Keterangan:

$r_i$  = Reliabilitas seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Sugiyono (2008:190)

diilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ )  $\geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ )  $< r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374. Berdasarkan Tabel 3.6 berikut ini dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$ , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	<i>Customer Retention</i>	0,906	0,374	Reliabel
2	Loyalitas Nasabah	0,829	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011 (Menggunakan SPSS 17,00 For Windows)

### 3.2.7 Teknik Analisa Data

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X, Y, dan Z.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan gambaran responden terhadap pengaruh *customer retention* terhadap kepuasan nasabah serta implikasinya pada tingkat loyalitas nasabah tabungan Simpedes BRI Unit Paseh-Sumedang.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan analisis data dilakukan melalui tiga tahap sebagai berikut :

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memberi skor pada tiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Data yang terkumpul dari kuesioner diolah agar memperoleh makna yang berguna. Data yang diperoleh dengan kriteria sebagai berikut:

Setiap variabel yang dinilai diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban, dimana setiap option terdiri dari lima kriteria skor, sebagai berikut:

### 3. Pengujian

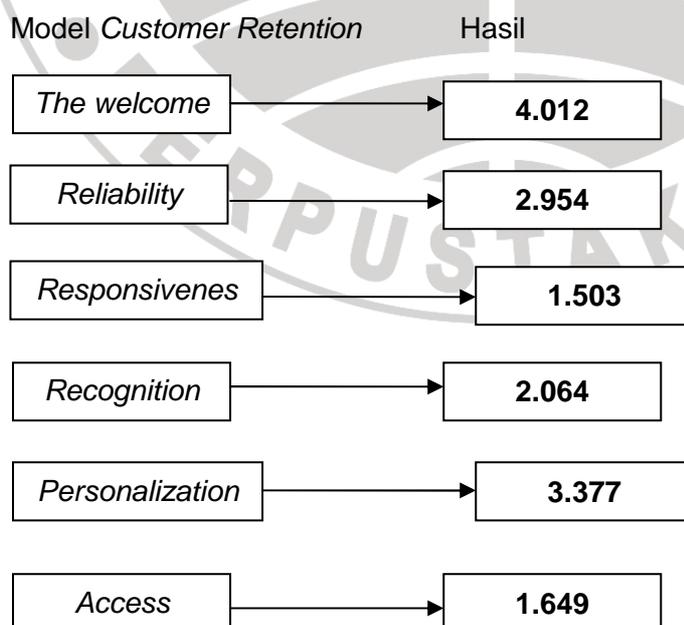
Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya variabel X terhadap Y dan terhadap Z baik secara langsung maupun tidak langsung.

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

##### 1. Analisis deskriptif *customer retention* (X).

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap *customer retention* yang meliputi *the welcome, reliability, responsiveness, recognition, personalization, dan access*.



## 2. Analisis deskriptif kepuasan nasabah (Y)

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap kepuasan nasabah. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, alternative pengukuran kepuasan menggunakan *Importance Performance Analysis* (Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan). Menurut Supranto (2006:240-242), berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja/penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan pelaksanaannya.

## 3. Analisis deskriptif loyalitas nasabah (Z)

Variabel Z terfokus pada penelitian terhadap Loyalitas nasabah yang meliputi pada *Repeatation* (melakukan pembelian ulang), *staying with current provider* (setia/tetap pada produk perusahaan) dan *Recommendation* (Rekomendasi).

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan variabel X dan Z, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.6 sebagai berikut:

**TABEL 3.6**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985: 184)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan terlebih dahulu menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Succesive Interval* (Harun Al-Rasyid, 1994:131) langkah-langkah untuk melakukan transformasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$ScaleValue = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel bebas X yaitu *customer retention* yang meliputi dimensi *the welcome* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *recognition* ( $X_4$ ), *personalization* ( $X_5$ ), dan *access* ( $X_6$ ) dalam kepuasan nasabah yang dilaksanakan Bank Rakyat Indonesia (Y) dan implikasinya terhadap loyalitas nasabah (Z) adalah metode

analisis deskriptif verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*Path Analysis*). Dalam hal ini analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh Variabel independen ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ), ( $X_4$ ), ( $X_5$ ), dan ( $X_6$ ) terhadap Y dan dampaknya ke Z baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval, untuk itu karena penelitian ini pembelian data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variable sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval.

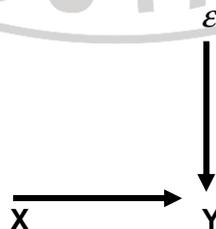
Data penelitian yang sudah berbentuk interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel *independennya* dengan variabel *dependen* dari semua sampel penelitian.

Untuk lebih jelasnya proses analisis jalur akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

**Hipotesis 1:**

Hipotesis 1 yang diajukan yaitu terdapat pengaruh antara *customer retention* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menggambar struktur hipotesis



**GAMBAR 3.1**

**STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X dan Y**

Keterangan

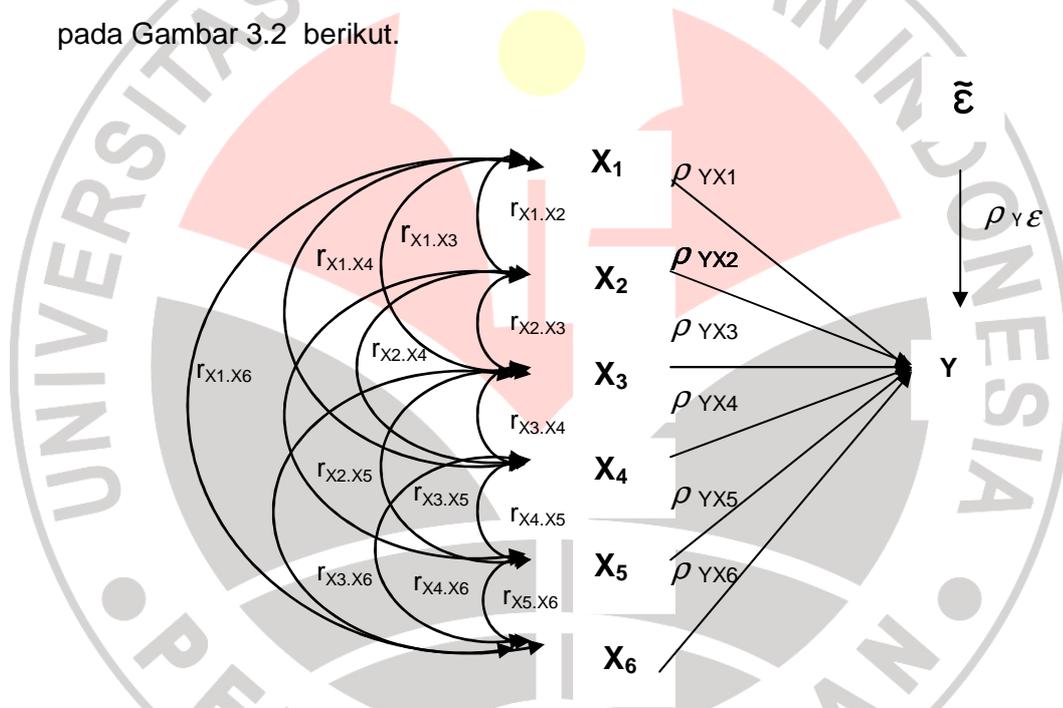
X: *Customer Retention*

Y: Kepuasan nasabah

$\varepsilon$  : epsilon(variable lain)

→ : Hubungan Kausalitas

- b. Selanjutnya diagram hipotesis 1 di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut.



**GAMBAR 3.2**  
**DIAGRAM JALUR SUB HIPOTESIS 1**

Keterangan:

- X<sub>1</sub> = Sub Variabel *the welcome*
- X<sub>2</sub> = Sub Variabel *reliability*
- X<sub>3</sub> = Sub Variabel *responsiveness*
- X<sub>4</sub> = Sub Variabel *recognition*
- X<sub>5</sub> = Sub Variabel *personalization*
- X<sub>6</sub> = Sub Variabel *aces*
- Y = Variabel Kepuasan nasabah
- = Hubungan Kausalitas
- ↔ = Hubungan Korelasional

$\varepsilon$  = Residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{matrix} & X1_1 & X1_2 & X1_3 & X1_4 & X1_5 & X1_6 \\ \begin{matrix} \left[ \right. \\ \\ \\ \\ \\ \\ \end{matrix} & 1 & r_{X2X1} & r_{X3X1} & r_{X4X1} & r_{X5X1} & r_{X6X1} \\ & & 1 & r_{X3X2} & r_{X4X2} & r_{X5X2} & r_{X6X2} \\ & & & 1 & r_{X4X3} & r_{X5X3} & r_{X6X3} \\ & & & & 1 & r_{X5X4} & r_{X6X4} \\ & & & & & 1 & r_{X6X5} \\ & & & & & & 1 \end{matrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R1^{-1} = \begin{matrix} & X1 & X2 & X3 & X4 & X5 & X6 \\ \begin{matrix} \left[ \right. \\ \\ \\ \\ \\ \\ \end{matrix} & C1.1 & C1.2 & C1.3 & C1.4 & C1.5 & C1.6 \\ & & C2.2 & C2.3 & C2.4 & C2.5 & C2.6 \\ & & & C3.3 & C3.4 & C3.5 & C3.6 \\ & & & & C4.4 & C4.5 & C4.6 \\ & & & & & C5.5 & C5.6 \\ & & & & & & C6.6 \end{matrix}$$

3. Menghitung semua Koefisien Jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} \rho_{YX_1} \\ \rho_{YX_2} \\ \rho_{YX_3} \\ \rho_{YX_4} \\ \rho_{YX_5} \\ \rho_{YX_6} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 & X_6 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} & C_{1.6} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} & C_{2.6} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} & C_{3.6} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} & C_{4.6} \\ & & & & C_{5.5} & C_{5.6} \\ & & & & & C_{6.6} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{Y_{X_1}} \\ r_{Y_{X_2}} \\ r_{Y_{X_3}} \\ r_{Y_{X_4}} \\ r_{Y_{X_5}} \\ r_{Y_{X_6}} \end{bmatrix}$$

4. Hitung  $R^2Y$  ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ ) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$  terhadap  $Y$  dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_1, \dots, X_6) = [\rho_{YX_1}, \dots, (\rho_{YX_6}) \quad \begin{bmatrix} r_{Y_{X_1}} \\ \dots \\ r_{Y_{X_6}} \end{bmatrix}$$

5. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel

**Pengaruh (X<sub>1</sub>) terhadap Y**

Pengaruh langsung	=	$\rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>2</sub> )	=	$\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1, X_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>3</sub> )	=	$\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1, X_3} \cdot \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>4</sub> )	=	$\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1, X_4} \cdot \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>5</sub> )	=	$\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1, X_5} \cdot \rho_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>6</sub> )	=	$\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1, X_6} \cdot \rho_{YX_6}$ +
<b>Pengaruh total (X<sub>1</sub>) terhadap Y</b>	=	.....

**Pengaruh (X<sub>2</sub>) terhadap Y**

Pengaruh langsung	=	$\rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1</sub> )	=	$\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>3</sub> )	=	$\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_3} \cdot \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>4</sub> )	=	$\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_4} \cdot \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>5</sub> )	=	$\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_5} \cdot \rho_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>6</sub> )	=	$\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_6} \cdot \rho_{YX_6}$ +
<b>Pengaruh total (X<sub>2</sub>) terhadap Y</b>	=	.....

**Pengaruh (X<sub>3</sub>) terhadap Y**

Pengaruh langsung	=	$\rho_{YX_3} \cdot \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1</sub> )	=	$\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>2</sub> )	=	$\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>4</sub> )	=	$\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_4} \cdot \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>5</sub> )	=	$\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_5} \cdot \rho_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>6</sub> )	=	$\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_6} \cdot \rho_{YX_6}$ +
<b>Pengaruh total (X<sub>3</sub>) terhadap Y</b>	=	.....

**Pengaruh (X<sub>4</sub>) terhadap Y**

Pengaruh langsung	=	$\rho_{YX_4} \cdot \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1</sub> )	=	$\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>2</sub> )	=	$\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>3</sub> )	=	$\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_3} \cdot \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>5</sub> )	=	$\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_5} \cdot \rho_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>6</sub> )	=	$\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_6} \cdot \rho_{YX_6}$ +
<b>Pengaruh total (X<sub>4</sub>) terhadap Y</b>	=	.....

**Pengaruh (X<sub>5</sub>) terhadap Y**

Pengaruh langsung	=	$\rho_{YX_5} \cdot \rho_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1</sub> )	=	$\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5, X_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>2</sub> )	=	$\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5, X_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>3</sub> )	=	$\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5, X_3} \cdot \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>4</sub> )	=	$\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5, X_4} \cdot \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>6</sub> )	=	$\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5, X_6} \cdot \rho_{YX_6}$ +
<b>Pengaruh total (X<sub>5</sub>) terhadap Y</b>	=	.....

**Pengaruh (X<sub>6</sub>) terhadap Y**

Pengaruh langsung	=	$\rho_{YX_6} \cdot \rho_{YX_6}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1</sub> )	=	$\rho_{YX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>2</sub> )	=	$\rho_{YX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>3</sub> )	=	$\rho_{YX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_3} \cdot \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>4</sub> )	=	$\rho_{YX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_4} \cdot \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>5</sub> )	=	$\rho_{YX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_5} \cdot \rho_{YX_5}$
<b>Pengaruh total (X<sub>6</sub>) terhadap Y</b>	=	..... +

6. Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut
7. Keputusan penerimaan atau perolehan Ho

Rumusan hipotesis operasional:

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_6)}} : \rho_{YX_5} = \rho_{YX_6} = 0$$

H<sub>a</sub>: Sekurang-kurangnya ada sebuah  $\rho_{YX_i} \neq 0$ , i = 1, 2, 3, 4, 5, dan 6.

8. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n-k-i) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}{(n-k-i) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F *Snedector*, apabila Fhitung ≥ Ftabel, maka Ho ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

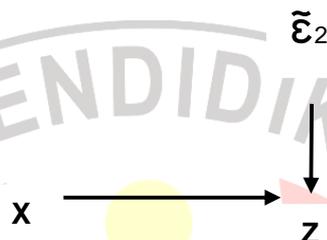
$$t = \frac{\rho_{XYi} - \rho_{XYj}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{Y(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)})(C_{ii}+C_{ij}+C_{jj})}{(n-K-1)}}$$

t mengikuti distribusi t student dengan derajat kebebasan n-k-1.

### Hipotesis 2:

Hipotesis 2 yang diajukan adalah terdapat pengaruh antara *customer retention* (X) terhadap loyalitas nasabah (Z). Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Hipotesis digambarkan sebagai berikut:



**GAMBAR 3.3**  
**STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL HIPOTESIS 2**

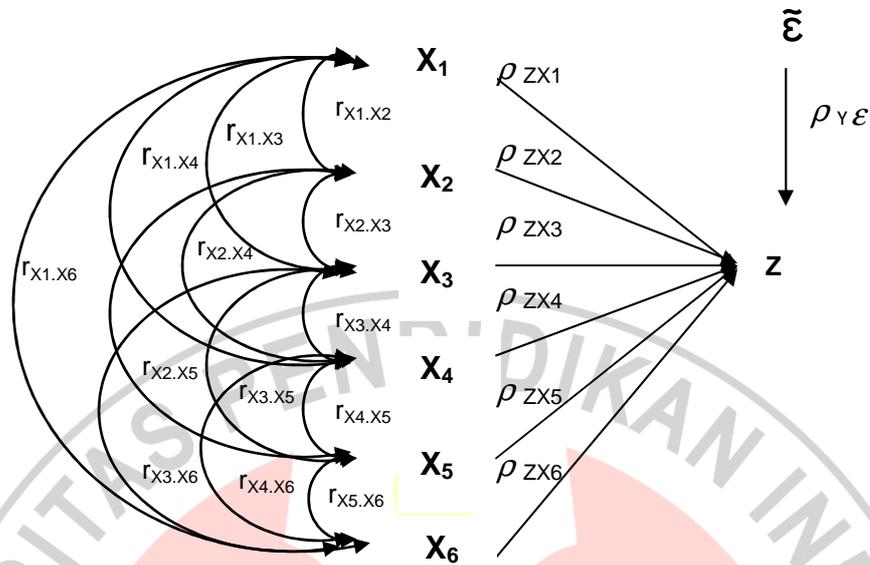
Keterangan:

X : *customer retention*

Z : loyalitas nasabah

$\tilde{\epsilon}_2$  : Epsilon 2

b. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.7 halaman berikut.



**GAMBAR 3.4**  
**DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS 2**

Keterangan:

- X<sub>1</sub> = Sub Variabel *the welcome*
- X<sub>2</sub> = Sub Variabel *reliability*
- X<sub>3</sub> = Sub Variabel *responsiveness*
- X<sub>4</sub> = Sub Variabel *recognition*
- X<sub>5</sub> = Sub Variabel *personalization*
- X<sub>6</sub> = Sub Variabel *aces*
- Z = Variabel *Loyalitas nasabah*
- = Hubungan Kausalitas
- ↔ = Hubungan Korelasional
- ε = Residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{matrix} & X_{1_1} & X_{1_2} & X_{1_3} & X_{1_4} & X_{1_5} & X_{1_6} \\ \begin{matrix} \left[ \right. \\ \\ \\ \\ \\ \end{matrix} & 1 & r_{X2X1} & r_{X3X1} & r_{X4X1} & r_{X5X1} & r_{X6X1} \\ & & 1 & r_{X3X2} & r_{X4X2} & r_{X5X2} & r_{X6X2} \\ & & & 1 & r_{X4X3} & r_{X5X3} & r_{X6X3} \\ & & & & 1 & r_{X5X4} & r_{X6X4} \\ & & & & & 1 & R_{x6X5} \\ & & & & & & 1 \end{matrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_{1-1}^{-1} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 & X_6 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} & C_{1.6} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} & C_{2.6} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} & C_{3.6} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} & C_{4.6} \\ & & & & C_{5.5} & C_{5.6} \\ & & & & & C_{6.6} \end{bmatrix}$$

3. Menghitung semua Koefisien Jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} \rho_{ZX_1} \\ \rho_{ZX_2} \\ \rho_{ZX_3} \\ \rho_{ZX_4} \\ \rho_{ZX_5} \\ \rho_{ZX_6} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 & X_6 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} & C_{1.6} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} & C_{2.6} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} & C_{3.6} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} & C_{4.6} \\ & & & & C_{5.5} & C_{5.6} \\ & & & & & C_{6.6} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{ZX_1} \\ r_{ZX_2} \\ r_{ZX_3} \\ r_{ZX_4} \\ r_{ZX_5} \\ r_{ZX_6} \end{bmatrix}$$

4. Hitung R<sup>2</sup>Y (X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub>,X<sub>6</sub>) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub>, X<sub>6</sub> terhadap Z dengan menggunakan rumus:

$$R^2_Z (X_1, \dots X_6) = [\rho_{ZX_1}, \dots, (\rho_{ZX_6}) \begin{bmatrix} r_{ZX_1} \\ \dots \\ r_{ZX_6} \end{bmatrix}$$

5. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel

**Pengaruh (X<sub>1</sub>) terhadap Z**

Pengaruh langsung =  $\rho_{ZX_1} \cdot \rho_{ZX_1}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X<sub>2</sub>) =  $\rho_{ZX_1} \cdot r_{X_1.X_2} \cdot \rho_{ZX_2}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X<sub>3</sub>) =  $\rho_{ZX_1} \cdot r_{X_1.X_3} \cdot \rho_{ZX_3}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X<sub>4</sub>) =  $\rho_{ZX_1} \cdot r_{X_1.X_4} \cdot \rho_{ZX_4}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X<sub>5</sub>) =  $\rho_{ZX_1} \cdot r_{X_1.X_5} \cdot \rho_{ZX_5}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X<sub>6</sub>) =  $\rho_{ZX_1} \cdot r_{X_1.X_6} \cdot \rho_{ZX_6}$  +  
**Pengaruh total (X<sub>1</sub>) terhadap Z** = .....

**Pengaruh (X<sub>2</sub>) terhadap Z**

Pengaruh langsung =  $\rho_{ZX_2} \cdot \rho_{ZX_2}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X<sub>1</sub>) =  $\rho_{ZX_2} \cdot r_{X_2.X_1} \cdot \rho_{ZX_1}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X<sub>3</sub>) =  $\rho_{ZX_2} \cdot r_{X_2.X_3} \cdot \rho_{ZX_3}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X<sub>4</sub>) =  $\rho_{ZX_2} \cdot r_{X_2.X_4} \cdot \rho_{ZX_4}$

$$\begin{aligned}
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &&= \rho_{ZX_2} \cdot r_{X_2 \cdot X_5} \cdot \rho_{ZX_5} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_6) &&= \underline{\rho_{ZX_2} \cdot r_{X_2 \cdot X_6} \cdot \rho_{ZX_6}} + \\
 &\text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap } Z &&= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

#### Pengaruh $(X_3)$ terhadap $Z$

$$\begin{aligned}
 &\text{Pengaruh langsung} &&= \rho_{ZX_3} \cdot \rho_{ZX_3} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &&= \rho_{ZX_3} \cdot r_{X_3 \cdot X_1} \cdot \rho_{ZX_1} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &&= \rho_{ZX_3} \cdot r_{X_3 \cdot X_2} \cdot \rho_{ZX_2} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &&= \rho_{ZX_3} \cdot r_{X_3 \cdot X_4} \cdot \rho_{ZX_4} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &&= \rho_{ZX_3} \cdot r_{X_3 \cdot X_5} \cdot \rho_{ZX_5} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_6) &&= \underline{\rho_{ZX_3} \cdot r_{X_3 \cdot X_6} \cdot \rho_{ZX_6}} + \\
 &\text{Pengaruh total } (X_3) \text{ terhadap } Z &&= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

#### Pengaruh $(X_4)$ terhadap $Z$

$$\begin{aligned}
 &\text{Pengaruh langsung} &&= \rho_{ZX_4} \cdot \rho_{ZX_4} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &&= \rho_{ZX_4} \cdot r_{X_4 \cdot X_1} \cdot \rho_{ZX_1} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &&= \rho_{ZX_4} \cdot r_{X_4 \cdot X_2} \cdot \rho_{ZX_2} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &&= \rho_{ZX_4} \cdot r_{X_4 \cdot X_3} \cdot \rho_{ZX_3} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &&= \rho_{ZX_4} \cdot r_{X_4 \cdot X_5} \cdot \rho_{ZX_5} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_6) &&= \underline{\rho_{ZX_4} \cdot r_{X_4 \cdot X_6} \cdot \rho_{ZX_6}} \\
 &\text{Pengaruh total } (X_4) \text{ terhadap } Z &&= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

#### Pengaruh $(X_5)$ terhadap $Z$

$$\begin{aligned}
 &\text{Pengaruh langsung} &&= \rho_{ZX_5} \cdot \rho_{ZX_5} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &&= \rho_{ZX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_1} \cdot \rho_{ZX_1} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &&= \rho_{ZX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_2} \cdot \rho_{ZX_2} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &&= \rho_{ZX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_3} \cdot \rho_{ZX_3} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &&= \rho_{ZX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_4} \cdot \rho_{ZX_4} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_6) &&= \underline{\rho_{ZX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_6} \cdot \rho_{ZX_6}} + \\
 &\text{Pengaruh total } (X_5) \text{ terhadap } Z &&= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

#### Pengaruh $(X_6)$ terhadap $Z$

$$\begin{aligned}
 &\text{Pengaruh langsung} &&= \rho_{ZX_6} \cdot \rho_{ZX_6} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &&= \rho_{ZX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_1} \cdot \rho_{ZX_1} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &&= \rho_{ZX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_2} \cdot \rho_{ZX_2} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &&= \rho_{ZX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_3} \cdot \rho_{ZX_3} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &&= \rho_{ZX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_4} \cdot \rho_{ZX_4} \\
 &\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &&= \underline{\rho_{ZX_6} \cdot r_{X_6 \cdot X_5} \cdot \rho_{ZX_5}} + \\
 &\text{Pengaruh total } (X_6) \text{ terhadap } Z &&= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

6. Menghitung pengaruh variabel lain ( $\epsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{z\epsilon 1} = \sqrt{1 - R^2_{Z(x_1, x_2, \dots, x_6)}}$$

7. Keputusan penerimaan atau perolehan  $H_0$

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{ZX_1} = \rho_{ZX_2} = \rho_{ZX_3} = \rho_{ZX_4} = \rho_{ZX_5} = \rho_{ZX_6} = 0$$

$H_a$ : Sekurang-kurangnya ada sebuah  $\rho_{zxi} \neq 0$ ,  $i = 1, 2, 3, 4, 5$ , dan  $6$ .

8. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n-k-i) \sum_{i=1}^k \rho_{zxi} \rho_{zxi}}{(n-k-i) \sum_{i=1}^k \rho_{zxi} \rho_{zxi}}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F *Snedecor*, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

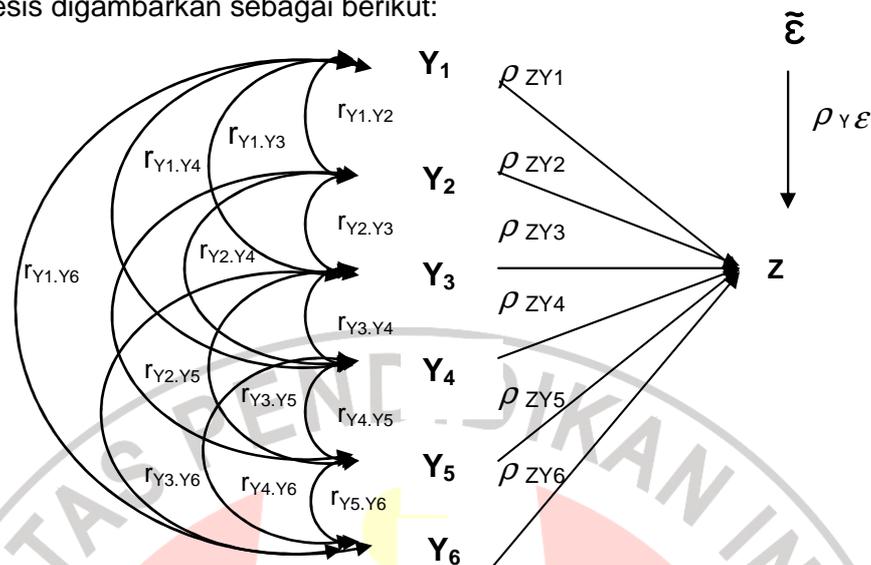
$$t = \frac{\rho_{zxi} - \rho_{zxj}}{\sqrt{\frac{(1-R^2 Y_{(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)})(C_{ij} + C_{ij} + C_{ij})}{(n - K - 1)}}$$

$t$  mengikuti distribusi  $t$  student dengan derajat kebebasan  $n-k-1$ .

### Hipotesis 3:

Hipotesis 3 yang diajukan adalah terdapat pengaruh kepuasan nasabah ( $Y$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Z$ ). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Hipotesis digambarkan sebagai berikut:



**GAMBAR 3.5**  
**DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS 3**

Keterangan:

- $Y_1$  = Sub Variabel *the welcome*  
 $Y_2$  = Sub Variabel *reliability*  
 $Y_3$  = Sub Variabel *responsiveness*  
 $Y_4$  = Sub Variabel *recognition*  
 $Y_5$  = Sub Variabel *personalization*  
 $Y_6$  = Sub Variabel *aces*  
 $Z$  = Variabel *Loyalitas nasabah*  
 $\rightarrow$  = Hubungan Kausalitas  
 $\leftrightarrow$  = Hubungan Korelasional  
 $\varepsilon$  = Residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{matrix} & Y1_1 & Y1_2 & Y1_3 & Y1_4 & Y1_5 & Y1_6 \\ \begin{matrix} \left[ \right. \\ \\ \\ \\ \\ \end{matrix} & 1 & rY2Y1 & rY3Y1 & rY4Y1 & rY5Y1 & rY6Y1 \\ & & 1 & rY3Y2 & rY4Y2 & rY5Y2 & rY6Y2 \\ & & & 1 & rY4Y3 & rY5Y3 & rY6Y3 \\ & & & & 1 & rY5Y4 & rY6Y4 \\ & & & & & 1 & rY6Y5 \\ & & & & & & 1 \end{matrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_{1-1} = \begin{bmatrix} Y_1 & Y_2 & Y_3 & Y_4 & Y_5 & Y_6 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} & C_{1.6} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} & C_{2.6} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} & C_{3.6} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} & C_{4.6} \\ & & & & C_{5.5} & C_{5.6} \\ & & & & & C_{6.6} \end{bmatrix}$$

3. Menghitung semua Koefisien Jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} \rho_{zy_1} \\ \rho_{zy_2} \\ \rho_{zy_3} \\ \rho_{zy_4} \\ \rho_{zy_5} \\ \rho_{zy_6} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} Y_1 & Y_2 & Y_3 & Y_4 & Y_5 & Y_6 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} & C_{1.6} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} & C_{2.6} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} & C_{3.6} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} & C_{4.6} \\ & & & & C_{5.5} & C_{5.6} \\ & & & & & C_{6.6} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{zy_1} \\ r_{zy_2} \\ r_{zy_3} \\ r_{zy_4} \\ r_{zy_5} \\ r_{zy_6} \end{bmatrix}$$

4. Hitung R<sup>2</sup>Y (Y<sub>1</sub>, Y<sub>2</sub>, Y<sub>3</sub>, Y<sub>4</sub>, Y<sub>5</sub>, Y<sub>6</sub>) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total Y<sub>1</sub>, Y<sub>2</sub>, Y<sub>3</sub>, Y<sub>4</sub>, Y<sub>5</sub>, Y<sub>6</sub> terhadap Z dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (Y_1, \dots, Y_6) = [\rho_{zy_1}, \dots, \rho_{zy_6}] \begin{bmatrix} r_{zy_1} \\ \dots \\ r_{zy_6} \end{bmatrix}$$

5. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel

**Pengaruh (Y<sub>1</sub>) terhadap Z**

Pengaruh langsung =  $\rho_{zy_1} \cdot \rho_{zy_1}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (Y<sub>2</sub>) =  $\rho_{zy_1} \cdot r_{Y_1.Y_2} \cdot \rho_{zy_2}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (Y<sub>3</sub>) =  $\rho_{zy_1} \cdot r_{Y_1.Y_3} \cdot \rho_{zy_3}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (Y<sub>4</sub>) =  $\rho_{zy_1} \cdot r_{Y_1.Y_4} \cdot \rho_{zy_4}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (Y<sub>5</sub>) =  $\rho_{zy_1} \cdot r_{Y_1.Y_5} \cdot \rho_{zy_5}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (Y<sub>6</sub>) =  $\rho_{zy_1} \cdot r_{Y_1.Y_6} \cdot \rho_{zy_6}$  +  
**Pengaruh total (Y<sub>1</sub>) terhadap Z** = .....

**Pengaruh (Y<sub>2</sub>) terhadap Z**

Pengaruh langsung =  $\rho_{zy_2} \cdot \rho_{zy_2}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (Y<sub>1</sub>) =  $\rho_{zy_2} \cdot r_{Y_2.Y_1} \cdot \rho_{zy_1}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (Y<sub>3</sub>) =  $\rho_{zy_2} \cdot r_{Y_2.Y_3} \cdot \rho_{zy_3}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (Y<sub>4</sub>) =  $\rho_{zy_2} \cdot r_{Y_2.Y_4} \cdot \rho_{zy_4}$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (Y<sub>5</sub>) =  $\rho_{zy_2} \cdot r_{Y_2.Y_5} \cdot \rho_{zy_5}$



7. Keputusan penerimaan atau perolehan  $H_0$ 

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{zy_1} = \rho_{zy_2} = \rho_{zy_3} = \rho_{zy_4} = \rho_{zy_5} = \rho_{zy_6} = 0$$

$H_a$ : Sekurang-kurangnya ada sebuah  $\rho_{zy_i} \neq 0$ ,  $i = 1, 2, 3, 4, 5$ , dan 6.

## 8. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n-k-i) \sum_{i=1}^k \rho_{zy_i} \rho_{zy_i}}{(n-k-i) \sum_{i=1}^k \rho_{zy_i} \rho_{zy_i}}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F *Snedecor*, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{\rho_{zy_i} - \rho_{zy_j}}{\sqrt{\frac{(1-R^2 \sum_{Y1,Y2,Y3,Y4,Y5,Y6})(C_{ij}+C_{ji}+C_{ij})}{(n-K-1)}}$$

$t$  mengikuti distribusi  $t$  student dengan derajat kebebasan  $n-k-1$ .

Analisis data yang terakhir ialah melakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan. Adapun rumus yang digunakan adalah uji signifikansi korelasi. Untuk mengetahui apakah penilaian yang dilakukan akan menerima atau menolak hipotesis, maka digunakan uji  $t$  (uji distribusi student's  $t$ ), yang dinyatakan dengan rumus :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sidney Siegel, 2008 : 263)

Keterangan :

t = Nilai t

r = Koefisien Korelasi Rank Spearman

N = Banyaknya Sampel

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,01 dengan derajat kebebasan dk (n-2). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1.  $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara program *customer retention* yang terdiri dari *the welcome, reliability, responsiveness, recognition, personalization dan access* terhadap kepuasan nasabah serta implikasi pada loyalitas nasabah yang terdiri dari *repeatation, ataying with current provider, dan recommendation*.
2.  $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara program *customer retention* yang terdiri dari *the welcome, reliability, responsiveness, recognition, personalization dan access* terhadap kepuasan nasabah.
3.  $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan program *customer retention* yang terdiri dari *the welcome, reliability, responsiveness, recognition, personalization dan access* terhadap loyalitas nasabah yang terdiri dari *repeatation, ataying with current provider, dan recommendation*.
4.  $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan nasabah yang terdiri dari perbedaan antara tingkat kinerja dengan tingkat harapan terhadap loyalitas nasabah yang terdiri dari *repeatation, staying with current provider, dan recommendation*.

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel X, Y variabel Z maka digunakan klasifikasi koefisien korelasi yang disajikan pada Tabel 3.7 berikut ini :

**TABEL 3.7**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

**Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:245)**

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh *customer retention* terhadap kepuasan nasabah serta implikasinya pada loyalitas nasabah digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada di antara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu dalam Tabel 3.8 sebagai berikut.

**TABEL 3.8**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN**  
**INTERPRETASI KOEFISIEN DETERMINASI**

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0-10.00%	Sangat tidak baik
10%-20.00%	Tidak baik
20%-30.00%	Agak tidak baik
30%-40.00%	Sedang
50%-60.00%	Agak baik
60%-70.00%	baik
70%-100%	Sangat baik

**Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:245)**